

Revista mensual | 8 de julio de 2024 | N°112

Franquicias Pymes y emprendedores

elEconomista.es

EL PERIODO DE PAGO A PROVEEDORES TRIPLICA EL TOPE QUE EXIGIRÁ LA UE

El auge de la morosidad, tras el fin de la crisis inflacionista, lleva la demora en España a rozar los 85 días

PATRONALES

**LA ASESORÍA
PARA REDUCIR LA
BUROCRACIA AYUDA
A 50.000 AUTÓNOMOS**



Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es



En portada | P3

El plazo medio de pago a proveedores roza los 85 días en España

Pymes y emprendedores se enfrentan a un periodo para cobrar sus facturas muy superior a los 30 días que la normativa de la UE, aún por negociarse, exigiría.



A fondo | P14

La reducción de jornada golpea al campo y al sector turístico

El 96% de las plantillas de hostelería, comercio y agricultura se ven afectadas por el plan de Díaz de imponer la jornada de 37,5 horas.

Patronales | P24

El asesoramiento para reducir la burocracia ayuda a 50.000 autónomos

ATA y la Administración central acumulan cerca de un década de colaboración en un programa de ayuda a las gestiones cotidianas de los emprendedores españoles.

Internacionalización | P52

Los beneficios de la exportación para las empresas

Abrirse camino en los mercados internacionales permite a las compañías ganar tamaño y obtener una mayor capacidad de resistencia ante las crisis económicas.



Actualidad | P18

España pierde 20.000 microempresas con respecto al año 2019

La profundidad de la crisis provocada por el Covid, y otros factores como el alza de costes laborales, diezman el tejido productivo.



Entrevista | P28

Pedro Andueza (ATA): "La IA es una aliada de los autónomos"

El coordinador de Nuevas Tecnologías de ATA destaca el buen trabajo de España en cuanto a implantación de la Inteligencia Artificial.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

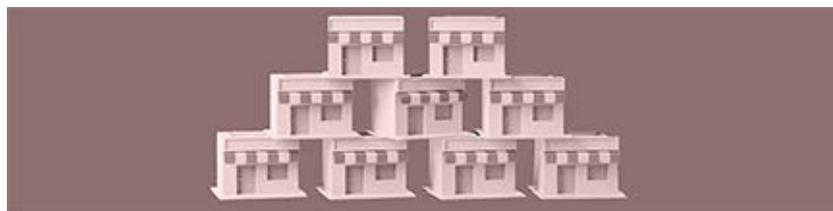
Presidente Editor: Gregorio Peña.

Vicepresidente: Clemente González Soler. Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora

Director de elEconomista Franquicias, Pymes y Emprendedores: Ignacio Flores Diseño: Pedro Vicente y Cristina Fernández

Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Redacción: José Miguel Arcos y Noelia García



La morosidad al alza, un problema en toda la UE que debe abordarse a escala comunitaria

La evolución del periodo medio de pago (PMP) a los proveedores presenta unas inercias perversas que llevan a minusvalorar la importancia del problema, y la amenaza que supone para la supervivencia de millones (si hablamos a escala comunitaria) de pequeñas y medianas empresas, y también de emprendedores. Esas rutinas tan arraigadas abocan a que solo se hable de este problema en momentos de auge de las crisis económicas, y que salgan del debate público en tiempos de mayor bonanza, o crecimiento sostenido del PIB, aun cuando la morosidad se mantenga en niveles inquietantes, o incluso empeoren sus registros.

Un ejemplo de esta dinámica lo encontramos en los años más recientes. El daño que provocan los incumplimientos de pagos volvió a denunciarse con motivo de las turbulencias que provocó la invasión rusa de Ucrania en 2022, y el crecimiento descontrolado de la inflación que esa agresión trajo consigo. La morosidad se reveló como un problema insostenible para las pymes, atrapadas entre unos costes en constante incremento, y unas obligaciones de cobro que no se materializaban en el tiempo estipulado. Ahora la situación es en apariencia más leve ya que la inflación se ha moderado notablemente, al situarse en el entorno del 3% interanual. Pero eso no significa que los emprendedores y autónomos tengan más capacidad para asimilar un periodo medio de pago que, en España, se incrementa hasta rozar los 85 días en el primer trimestre de 2024, 24,3 por encima de lo que establece nuestra legislación, y el triple de lo que pretende establecer la normativa antimorosidad que todavía se debatía en las instituciones europeas.

■
Urge retomar la negociación sobre el marco europeo de pagos que las elecciones del 9-J dejaron en dique seco

■
 La alusión a esa futura legislación, no es gratuita, aunque la normativa se haya quedado en un proceso de elaboración que las elecciones al Parlamento del mes pasado paralizaron. Contrariamente a lo que defienden los tópicos, el problema del retraso en los pagos no es una consecuencia de la informalidad que se atribuye a las economías del sur de la Unión Europea. Se trata de una espada de Damocles, cuyo resurgimiento recurrente, constituye el peor riesgo para la supervivencia misma de autónomos y pymes. La práctica que ciertas grandes empresas, y también las instituciones públicas, han hecho habitual, consistente en financiarse a costa de posponer en exceso los cobros a sus proveedores, constituye un abuso que no debe tolerarse a escala comunitaria.

Nadie duda de que la aritmética parlamentaria europea se ha vuelto endiablada tras el 9-J, y el núcleo mismo de la política de la Unión (el eje francoalemán) ha quedado debilitado. Es necesario, no obstante, que la regulación a escala comunitaria para acabar con la morosidad vuelva a la mesa de negociaciones para evitar mayores deterioros en el tejido productivo del Viejo Continente.

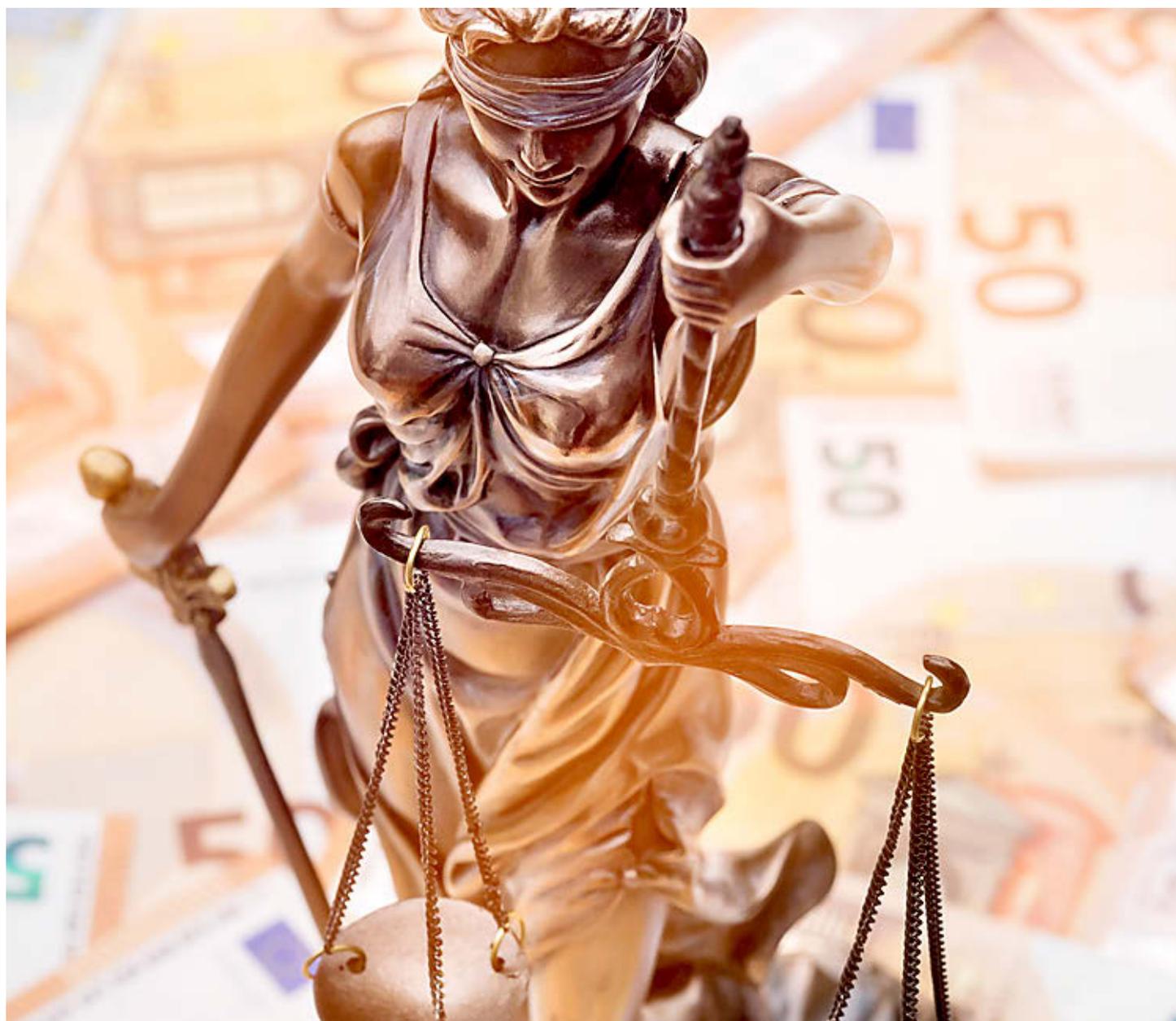
El periodo de pago a proveedores triplica el tope que exigirá la UE

Supera los 84 días en el primer trimestre, muy por encima de los 60 que estipula la legislación española y aún más lejos de los 30 que marcará la nueva normativa comunitaria.

elEconomista.es.

El periodo medio de pago (PMP) subió a 84,3 días en el primer trimestre de 2024, según el último Observatorio de Morosidad elaborado por CEPYME a partir de datos de Informa D&B y Cesce. De este modo, el PMP rebasa en 24,3 días el plazo máximo legal que da la legislación española, de 60 días, y casi triplica el tope de 30 días que pretende estipular la nueva normativa europea sobre morosidad, actualmente en compás de espera tras ser pospuesto su impulso en el último Consejo de Competitividad de la Unión Europea, previo a las recientes elecciones al Parlamento Europeo.

El incremento interanual en el plazo de pago, que sitúa a éste en 84,3 días en el primer trimestre, fue





Alamy

de 0,9 días, el mayor en cuatro años. Esta evolución supone un grave lastre para las empresas españolas y evidencia la falta de efectividad de la Ley de Morosidad española. Por ello, CEPYME considera urgente que se tramite el nuevo marco europeo de pagos en orden a homogeneizar la regulación y combatir la morosidad a escala comunitaria de forma que se garanticen condiciones equitativas para las pymes de todos los países miembros y se mitiguen los efectos negativos que la morosidad tiene sobre la liquidez de las empresas, comprometiendo sus proyectos y, en muchas ocasiones, su supervivencia.

Efecto de la inflación

El PMP inició una fase descendente al comienzo de la pandemia, pero ya suma tres trimestres consecutivos sin anotar descensos. La evolución de la inflación y de los tipos de interés condicionan este alargamiento de los plazos de pago.

La inflación incentiva la reducción de los plazos de cobro para evitar la erosión del poder adquisitivo de las facturas por cobrar. En el primer trimestre se ha situado en el entorno del 3%. Aunque sigue siendo elevada, su estabilización en ese rango reduce la presión para seguir acortando el plazo de cobros. En el mismo sentido, la percepción de que la carrera ascendente de los tipos de interés ha quedado atrás habría contribuido también a relajar la presión por reducir los plazos de cobro de las facturas emitidas.

Todos los sectores registraron aumentos del PMP y la brecha territorial subió a 56,1 días entre la autonomía con PMP más bajo (Castilla y León, con 69,3 días) y Navarra, la que depara mayor demora en los pagos, con 125,4 días. La evolución fue variable según tamaño de empresa, oscilando el PMP entre los 89,5 días en las microempresas y los 83,2 en las medianas. El plazo subió en todos los segmentos salvo en el de grandes empresas (-3,3 días).

890

Millones de euros es el esfuerzo financiero anualizado del tramo habitual de la deuda comercial

Coste financiero récord

El esfuerzo financiero de las pymes vinculado a la deuda comercial encadena 12 trimestres consecutivos de crecimiento, llegando en el primer trimestre de este año a los 2.930 millones de euros anualizados, el dato más alto desde septiembre de 2009 y un 24,5% superior que un año antes. Aunque el ritmo de incremento se modera, lo cierto es que el esfuerzo financiero ha subido un 128% desde el primer trimestre de 2021 al mismo periodo de este ejercicio. Un 86% de este aumento obedece al aumento de los tipos de interés y el resto al mayor volumen de la deuda comercial, que aumentó un 18% en ese periodo.

De esa cantidad, 1.440 millones corresponden a la parte de la deuda comercial pagada en los tiempos acordados (+26,1% interanual) y 1.490 millones (+23%) corresponden al tramo de las facturas pagadas fuera de plazo.

El esfuerzo financiero anualizado del tramo normal de la deuda comercial alcanzó a 890 millones de euros para las firmas pequeñas (+29% interanual) y a 550 millones para las medianas (+21,8%). El esfuerzo financiero anualizado vinculado al tramo moroso de la misma fue de 950 millones para las empresas pequeñas (+28,1%) y 540 millones para las medianas (+14,9%).

La deuda comercial del conjunto de las pymes se situó en el entorno de los 175.000 millones de euros en el primer trimestre, de los cuales 68.000 millones corresponden a firmas medianas y los restantes 107.000 millones a las pequeñas.

Si se observa el esfuerzo financiero tanto como proporción de las ventas interiores de las pymes, como del PIB, se observa un marcado incremento desde mediados de 2022. En el primer trimestre de este año, el esfuerzo financiero anualizado vinculado con la deuda comercial equivalió al 0,25% de las ven-

La deuda comercial del conjunto de las pymes se situó en el entorno de los 175.000 millones

tas del periodo. Es la mayor proporción desde junio de 2014.

Con relación al PIB, los resultados son aún menos favorables. Ese esfuerzo financiero alcanzó el 0,35% del PIB del periodo, el mayor registro desde junio de 2012. El promedio de los cinco años anteriores a la pandemia fue del 0,21% del PIB, lo que confirma que el dato del primer trimestre supone un golpe adicional a la estabilidad de las pymes.

El 55,7% de las facturas se paga con retraso

El 44,3% de las facturas se paga de forma puntual, y el 55,7% con retraso. El 46,1% se paga hasta 30 días después del vencimiento y el 9,7% a más de 30 días de lo convenido. Cuanto menor es el tamaño de la empresa mayor tiende a ser el porcentaje de facturas pagadas de forma puntual, aunque también es mayor la proporción abonada a más de 30 días del vencimiento.

Pese al aumento del PMP, la proporción de pagos puntuales aumentó hasta el 31,5% del importe total facturado, lo que supone 3,6 puntos porcentuales más que un año antes y la quinta mejora interanual consecutiva. De este modo, la proporción de



iStock

pagos puntuales se mantuvo por encima del 31% por segundo trimestre consecutivo, hecho que no ocurría desde 2015. La suma de pagos puntuales y pagos hasta en 30 días alcanzó el 96,6% del total, aunque los pagos a más de 90 días después del vencimiento suman cuatro trimestres consecutivos creciendo, situándose en el 1,3%.

El Observatorio de Morosidad de CEPYME incorpora un indicador que mide el índice de morosidad en ventas a plazo, con el fin de analizar la tendencia de las empresas a recurrir a acuerdos de aplazamiento de pago de facturas en sus relaciones comerciales.

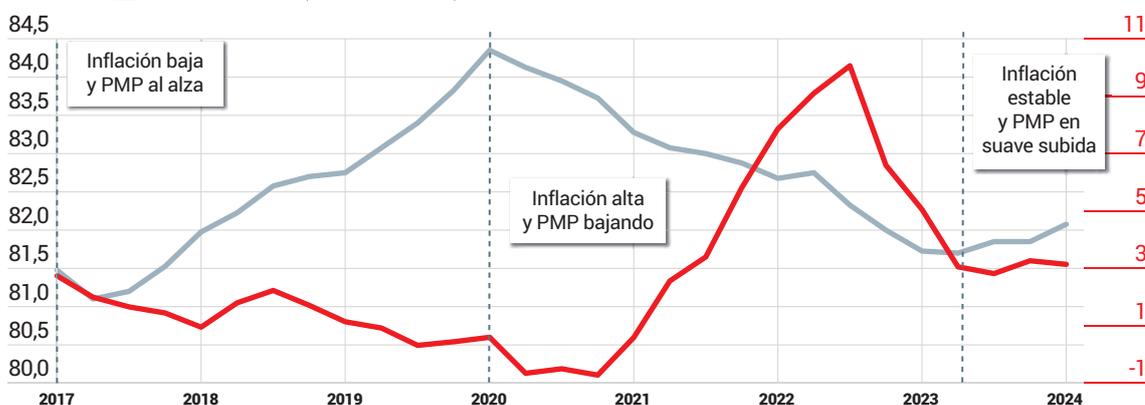
En el primer trimestre de 2024, el índice de morosidad en las facturas de ventas a plazo (IMFVP) fue de 46,9 puntos, un 8,4% inferior al de un año antes y el nivel más bajo en un año y medio. El IMFVP disminuyó en las empresas pequeñas (-19,7%) y medianas (-17,5%), pero subió en las micro (+24,3%) y en las grandes empresas se multiplicó casi por 12.

Dando un valor de 100 a la tasa de morosidad promedio del conjunto de España en las ventas a plazo, las grandes empresas muestran por amplia diferencia la peor situación relativa, con un índice de 473,6. También por encima de la media nacional se encuentran las microempresas, con 170,7 puntos. Las empresas pequeñas sobrellevan una morosidad en las ventas a plazo que es un poco más baja que la media general (89,8 puntos), mientras que las firmas medianas presentan la situación relativa más favorable con un índice de 73,9 puntos.

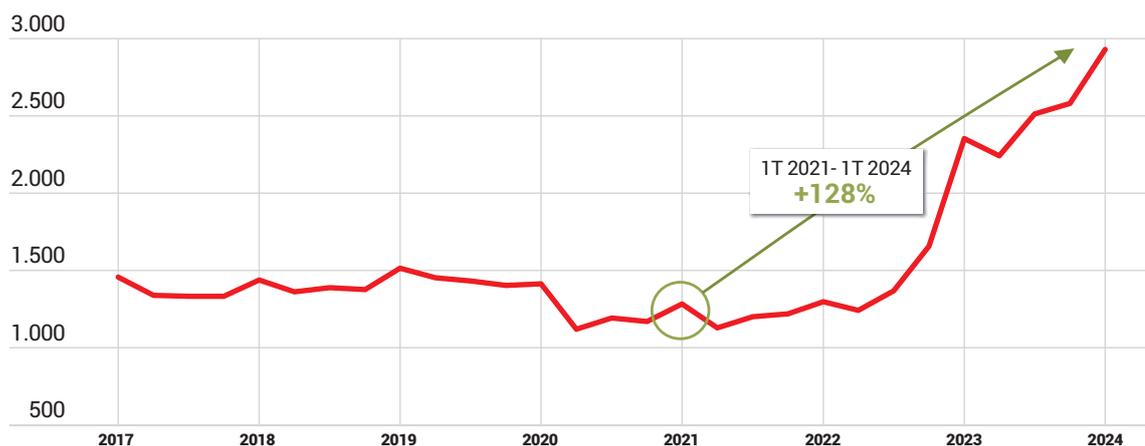
Radiografía de la morosidad empresarial

PMP en días (media móvil de 4 trimestres) y variación interanual del IPC

■ PMP ■ Variación % IPC (escala derecha)



Total pymes, en millones de euros anualizados



Total pymes, en millones de euros anualizados

CONCEPTO	1.ER TRIMESTRE DE ...				ÚLTIMOS CUATRO TRIMESTRES			
	2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
Total	87,1	85,3	84,5	83,4	81,7	81,9	80,4	84,3
Var. absoluta interanual	2,1	-1,8	-0,8	-1,1	-0,1	0,6	0,0	0,9
Microempresas	89,9	86,5	87,5	88,3	79,2	77,1	75,6	89,5
Var. absoluta interanual	13,4	-3,4	1,0	0,8	2,2	-2,0	-0,6	1,2
Pequeñas	87,0	85,0	84,4	81,9	80,8	82,0	80,1	83,3
Var. absoluta interanual	0,0	-2,0	-0,6	-2,5	-0,6	1,5	0,5	1,4
Medianas	85,5	84,9	83,2	83,1	84,3	84,1	82,9	83,2
Var. absoluta interanual	-1,6	-0,6	-1,7	-0,1	-1,3	0,7	-0,4	0,1
Subtotal pymes (1)	87,5	85,5	85,0	84,4	81,4	81,1	79,5	85,3
Var. absoluta interanual	3,9	-2,0	-0,4	-0,6	0,1	0,1	-0,2	0,9
Grandes	67,2	68,1	46,7	87,8	87,0	89,1	89,2	84,5
Var. absoluta interanual	4,8	0,9	-21,4	41,1	40,9	15,1	11,5	-3,3

Nota: el esfuerzo financiero incluye el coste financiero implícito y explícito

* Media simple de los datos de microempresas, pequeñas y medianas..

Fuente: CEPYME sobre la base de CESCE. Banco de España e INE.

elEconomista

SERGIO RUIZ

Presidente de Siganturit Group



“La productividad de las pymes españolas se encuentra actualmente en niveles muy bajos”

Signaturit Group se consolidó en 2024 como líder europeo en firma electrónica bajo una única marca. Con un enfoque en pymes, alcanzó 40 millones de euros en 2023, un 20% más que el año anterior, y expandió su portafolio un 8%, llegando a 245.000 clientes en Europa. Sergio Ruiz, cofundador y presidente, lidera la empresa.

elEconomista.es. Fotos: Ibai Acevedo/iStock

Signaturit Group, formado por las legaltech Signaturit, Ivnosys, Universign y recientemente la empresa Vialink, ha consolidado durante 2024 su posición de liderazgo como la solución europea de referencia para la firma electrónica bajo una única marca. Uno de los principales objetivos de Signaturit Group es dar servicio a las pequeñas y medianas empresas (pymes), que constituyen un sector fundamental en la econo-

mía europea y, más concretamente, en España. Sergio Ruiz es el cofundador y presidente de Signaturit Group, la legaltech que se ha convertido en la empresa europea líder en servicios de confianza para firma electrónica, entrega electrónica certificada e identificación electrónica.

Durante 2023, alcanzó los 40 millones de euros de facturación, un 20% más que el ejer-

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

cicio anterior, y amplió en un 8% su porfolio, lo que le ha permitido alcanzar los 245.000 clientes en toda Europa. Estas cifras ponen de relieve el crecimiento de la compañía y, por ende, del mercado.

¿Cómo nació el servicio de firma electrónica e identidad digital que ofrecéis actualmente?

Nacimos para dar respuesta a una necesidad real: la imposibilidad de firmar documentos de forma remota de manera ágil y segura. En un mundo cada vez más digitalizado, donde la distancia ya no es un obstáculo para la colaboración y el intercambio de información, la firma tradicional en papel se convirtió en un cuello de botella. Ante este reto, nos propusimos crear una solución con tecnología propia que facilitara la firma de documentos a distancia con total seguridad y validez legal. Así nació nuestro software de firma electrónica e identidad digital, una herramienta que permite a empre-

seguridad y optimizar la experiencia del cliente.

¿Qué potencial de crecimiento tiene la firma digital en el ecosistema de pymes en España?

Estamos todavía en el comienzo. Las pymes representan la mayor oportunidad de crecimiento no solo en España, sino también en toda Europa para nuestro grupo. Queda un largo camino por recorrer para apoyar a las pymes en su transformación digital y modernización de procesos, dando identidad digital a las pymes, que es fundamental para su día a día. Por ello, existe un gran potencial de crecimiento por delante. Nuestros productos son aplicables a cualquier tipo de sector y tamaño de empresa, y no nos debemos olvidar que más del 95% de nuestro tejido empresarial son pymes. Las herramientas de firma e identidad digital ayudan a la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas, a la vez que les permiten ahorrar en costes y aumentar su eficiencia.

“Nacimos para dar respuesta a una necesidad: la imposibilidad de firmar documentos de forma remota de manera ágil y segura”

“Las pymes son la mayor oportunidad de crecimiento no solo en España, sino también en toda Europa para nuestro grupo”



sas y particulares firmar documentos de forma electrónica desde cualquier lugar y en cualquier momento cumpliendo con la normativa europea eIDAS. En particular, destacamos nuestra tecnología propia, 100% desarrollada por nosotros, que nos permite ser flexibles y nos define como una empresa tecnológica.

Además, hemos ampliado nuestra oferta para incluir soluciones para la verificación de identidad, video onboarding de clientes, la gestión de identidades digitales, el archivo cualificado, la gestión de notificaciones electrónicas, un software para gestionar riesgos de crédito, emisión y gestión de certificados digitales generando identidades para empresas con atributos específicos. De esta manera, ofrecemos una gama completa de servicios que ayudan a las empresas a digitalizar sus procesos, mejorar la

¿Cuáles son los beneficios directos para las pymes?

La productividad de las pymes españolas se encuentra actualmente en niveles muy bajos, según refleja el último Indicador de la situación de la pyme de la patronal Cepyme. Las pequeñas empresas españolas han cerrado el último trimestre de 2023 con un descenso del 0,9%, mientras que los costes laborales han subido un 5,2%. En esta línea, tampoco sorprende a nadie si digo que las pymes a menudo carecen de recursos internos para funciones de apoyo, como recursos humanos, servicios administrativos, servicio legal... En este sentido, la firma electrónica e identificación digital son esenciales para este tipo de empresas, porque les permite racionalizar y automatizar todos los procesos administrativos y de contratación y, de este modo, no interferir en el tiempo dedicado a las funciones clave de la empre-

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

sa. Ya sea para la firma de cotizaciones, contratos con proveedores de servicios, contratos de trabajo o incluso acuerdos de confidencialidad. La firma e identificación electrónica mejoran la productividad del equipo, al reducir tareas administrativas, automatizar procesos y acelerar el proceso de contratación. Además, nuestra solución incluye el archivo cualificado para una mayor eficiencia. Es innegable que todavía queda mucho por hacer y muchas pymes por apoyar. Por ello, en Signaturit Group estamos comprometidos y centrando nuestros esfuerzos en lograrlo.

¿Cuál es el futuro de la tecnología que habéis desarrollado con vuestro servicio?

La tecnología que ofrecemos está diseñada para integrarse en los procesos empresariales y convertirse en el núcleo de todo tipo de empresa. La firma electrónica ha evolucionado más allá de ser simplemente la etapa final de una transacción comercial.

vicios y, de este modo, ayudar a las empresas a ser más competitivas, no solo en nuestro país, sino en Europa y en el mundo.

¿Cuáles han sido las ventajas de haber sido pioneros en identificar el potencial de esta tecnología en nuestro país?

En el momento en el que mi socio Jaime Castelló y yo fundamos IVNOSYS, ahora parte de Signaturit Group, nos dimos cuenta de que no existían en España las llamadas pure software companies, como en Estados Unidos. Por ello, decidimos desarrollar diversas tecnologías que se convirtieran en la referencia a nivel europeo.

Así, enfocándonos en la generación de valor y en la construcción de un software de identidad digital y firma electrónica, hemos creado un producto que hoy en día proporciona una ventaja competitiva significativa para numerosas empresas y, en concreto, para las pequeñas y medianas empresas.

“Incluimos soluciones para la verificación de identidad, video ‘onboarding’ de clientes y la gestión de identidades digitales”



“Resulta imprescindible la inversión en ciberseguridad ante el riesgo de ataques que pongan en riesgo a la empresa”



En Signaturit Group aportamos valor en cada paso y proceso con nuestros productos. De hecho, recientemente acabamos de adquirir la empresa Vialink, una compañía especializada en la automatización de procesos de incorporación de clientes y en soluciones de verificación de identidad y KYC (Know Your Customer). Este movimiento estratégico nos permite ofrecer una gama aún más amplia de soluciones digitales, que abarca desde el inicio de las relaciones con los clientes hasta el final de las transacciones con la firma electrónica. Podemos decir que ofrecemos una cartera completa de herramientas end-to-end que cubren todos los pasos en la previa autenticación del usuario y posterior certificación y verificación online de documentos.

Además, implementamos herramientas de inteligencia artificial para mejorar nuestros ser-

¿Cuál debe ser la principal inversión de las pymes para potenciar su digitalización?

Sin duda es primordial que inviertan en herramientas que les permitan automatizar procesos y tareas y, de este modo, liberar tiempo y recursos para destinarlos en aquellas funciones que aportan un mayor valor añadido. Otro punto imprescindible se centra en garantizar la ciberseguridad de los sistemas para evitar posibles ataques que puedan poner en riesgo su compañía.

En este sentido, la actualización regular de software y la implementación de soluciones de antivirus y firewalls, puede ofrecer una protección significativa sin necesidad de una gran inversión. Y, finalmente, es fundamental siempre implementar soluciones escalables que puedan crecer con la empresa en cada momento.



Avalancha normativa vinculada a la nuevas facturas digitales

Las empresas tendrán que destinar tiempo y dinero a la implementación de sistemas de contabilidad electrónica que cumplan con los requisitos que marca la actual normativa.

J. M. Arcos / N. García Foto: iStock

Las pymes y los autónomos se preparan para hacer frente a una avalancha normativa en materia de facturación y contabilidad a la que tendrán que adaptarse sobre la marcha. La llegada de la nueva facturación electrónica es inminente, de cara a 2025, y estará condicionada por la Ley Antifraude y la Ley Crea y Crece, cuya entrada en vigor genera dudas en autónomos, compañías y gestorías, más allá del impacto que tendrá en la actividad económica y el ecosistema empresarial.

Las dudas no solo se centran en el cumplimiento técnico de las normativas, sino también en la interpretación y aplicación práctica de las mismas. La inquietud, además de maraña legislativa, obedece a los plazos a los que se verán expuestos. Con la Ley Antifraude, empresas y profesionales deberán contar con programas de facturación adaptado a

los requisitos legalmente establecidos en el inicio del próximo curso. Un panorama parecido en el caso de la emisión de facturas digitales, que también entrará en vigor durante 2025.

Marcos de la Cueva, CEO de la empresa de facturación para empresas y autónomos, Billin, señala el déficit de conocimiento legislativo por parte de los profesionales. Su adaptación y preparación técnica, que requerirá inversión en tiempo y dinero, será una barrera, explica el experto.

“A pesar de que todavía falta tiempo para que pymes y autónomos tengan que emitir facturas electrónicas entre ellos de forma obligatoria, la experiencia de otros lugares indica que cuanto antes se adapten, menos problemas tendrán en este cambio. Dejar todo para el último momento es sinónimo de caos y problemas”, explica.

Para cumplir con la factura electrónica obligatoria “la ideal es que los negocios busquen empresas de software especializadas” que les faciliten la gestión, indican desde Billin. De la Cueva sugiere recurrir a ayudas como las del Kit Digital, para que el coste de la implementación sea mínimo. Además, recomienda que las empresas y autónomos empiecen a familiarizarse con los nuevos sistemas cuanto antes, aprovechando cursos de formación y asesorías específicas que les permitan entender y manejar adecuadamente las herramientas digitales necesarias. La anticipación y el aprendizaje continuo serán clave para una transición más fluida y eficiente hacia el nuevo marco normativo.

**Emilio Martínez**

Country Manager de TeamSystem España

La facturación electrónica: normativas digitales, oportunidad de innovación y crecimiento

El panorama empresarial en España se encuentra en el umbral de una transformación y un avance digital significativo con la llegada de dos leyes clave: la Ley Crea y Crece y la Ley Antifraude. Ambas normativas están estrechamente ligadas y suponen un fuerte impulso para la modernización y el desarrollo de las empresas en España, centrándose en la facturación electrónica como eje principal para mejorar las prácticas fiscales y empresariales. Concretamente, las leyes exigirán a los negocios que emitan facturas electrónicas y utilicen un software de facturación homologado, poniendo así fin a los métodos de facturación manuales y diciendo adiós a la factura en papel.

Un proyecto de transformación digital tan ambicioso obviamente representa un reto organizacional y logístico que lleva tiempo. Actualmente se prevé que la factura electrónica entre en vigor durante el 2025 para empresas con una facturación superior a 8 millones de euros y un año después para negocios con una facturación menor. En contraste, se espera que la Ley Antifraude se aplique de manera uniforme para todas las empresas a partir del 1 de julio de 2025, lo que podría adelantar la obligatoriedad de la factura electrónica para muchos negocios. La digitalización y la incorporación de nuevas tecnologías empresariales no serán una opción para las empresas y autónomos, sino que se convertirán en una palanca clave para impulsar los procesos de digitalización y el cumplimiento de las nuevas normativas. Con menos de un año hasta su entrada en vigor, el tiempo apremia.

Para muchas empresas, especialmente las menos evolucionadas tecnológicamente, las nuevas exigencias implicarán no solo una adaptación tecnológica, sino también un cambio importante en su cultura y procesos internos. Desde TeamSystem aconsejamos que las empresas se anticipen y se adapten gradualmente a la nueva normativa. Entendiendo que este cambio puede suponer un reto, contar con el respaldo de un socio tecnológico ayuda a que la transición a este nuevo entorno sea más fluida y fácil, permitiendo a las empresas enfrentar su transformación digital con confianza. Este respaldo cobra especial sentido en el segmento menos digitaliza-



do, el de autónomos y micropymes, donde el grupo cuenta con soluciones en la nube específicas como Billin, empresa del grupo TeamSystem.

Desde nuestra experiencia en la implantación de este proceso en Italia, – uno de los primeros países del mundo en liderar la facturación electrónica desde 2014 y donde Teamsystem fue pionero para la transformación digital de negocios – hemos experimentado que la introducción de la factura digital facilita la gestión y la comunicación entre las empresas y la administración. Para los negocios, la apuesta por la facturación electrónica ha supuesto un aumento en eficiencia y productividad y una mejora en la gestión empresarial considerable: las empresas tienen hoy un mejor control sobre sus finanzas y flujo de caja, ahorrando tiempo y costes en tareas repetitivas para centrarse en sus operaciones y el crecimiento de su negocio. Además, la factura electrónica ha mejorado la seguridad mediante el uso de la firma digital, fomenta la sostenibilidad al eliminar el uso del papel y facilita el cumplimiento fiscal con un mejor almacenamiento y acceso a documentos, promoviendo una economía más ágil, transparente y competitiva.



■

El éxito que Italia ha logrado con la facturación electrónica se da en un panorama económico muy similar al nuestro

■

La experiencia y el éxito que Italia ha logrado con la facturación electrónica, en un panorama económico muy similar al nuestro, puede servir como modelo para replicar en España, impulsando la transformación digital de pymes y profesionales. Sin embargo, aunque muchos negocios en España ya se abrazan con fuerza a las nuevas tecnologías digitales, muchas pequeñas y medianas empresas se están quedando rezagadas. Esto también queda reflejado en los resultados de un estudio que estamos ultimando con Billin y su cofundador, Marcos de la Cueva, y que muestra que el nivel de conocimiento y adaptación de autónomos y micropymes ante la obligatoriedad de la factura electrónica todavía es muy bajo. Considerando que las pequeñas empresas constituyen casi la totalidad del tejido empresarial en España, esta brecha digital supone uno de los principales desafíos que lastran el potencial de crecimiento económico y la competitividad de todo el país.

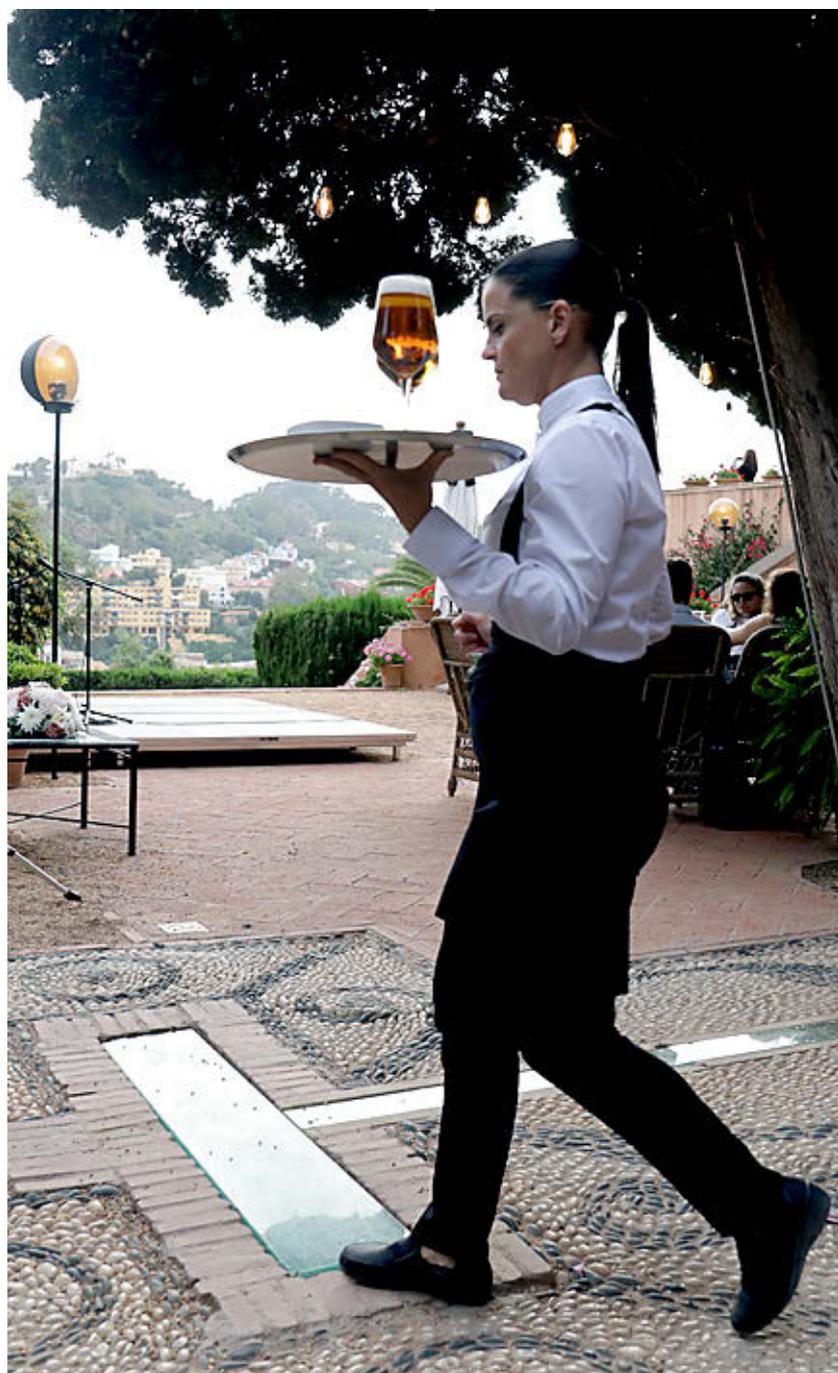
Para que la transición digital sea realmente global y no deje atrás a nadie, se requiere un entorno favorable que reconozca las dificultades específicas a las que se enfrentan las pymes, microempresas, y los autónomos y apoye a estos a afrontar el complejo escenario actual legislativo y administrativo. Esto empieza con la prestación de ayuda financiera adicional para hacer frente las inversiones en materia de digitalización, como las que ya ofrece el Gobierno con el programa Kit Digital. Pero también implica contar con más iniciativas públicas y privadas para informar sobre las implicaciones de la puesta en marcha de esta nueva legislación y sobre todo concienciar a las empresas de las ventajas y oportunidades que brinde la facturación electrónica. Las tecnológicas en software de gestión empresarial desempeñamos aquí un papel importante y debemos también hacer nuestra parte.

En el marco del plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia, y con la implementación de la ley Antifraude y la llegada de la factura electrónica, España tiene ahora la oportunidad de seguir el ejemplo de otros países e impulsar la creación de un ecosistema de referencia para la transformación tecnológica de negocios que promueva el emprendimiento, el crecimiento y la innovación. Como socio tecnológico con una larga trayectoria, sabemos que la facturación electrónica, antes de ser una obligación, es una verdadera oportunidad para impulsar el crecimiento y el avance tecnológico de los negocios, contribuyendo al desarrollo de un tejido empresarial en España más digital, ágil y competitivo. Aún queda camino por recorrer, pero estamos avanzando a buen ritmo

El recorte de la jornada afectará al 96% del empleo turístico y agrícola

El posible recorte del tiempo real de trabajo hasta las 37,5 horas semanales, que Trabajo persigue aunque sea con un pacto limitado a los sindicatos, tendrá un impacto directo sobre 3,7 millones de asalariados que trabajan en actividades relacionadas con la hostelería, el comercio y la agroganadería.

José Miguel Arcos. Foto: Álex Zea



La inminente reducción de la jornada laboral tendrá un impacto desigual entre sectores. La medida está impulsada por la vicepresidenta segunda del Gobierno, Yolanda Díaz, junto con los sindicatos tras la negativa de CEOE a presentar una propuesta por escrito bajo las condiciones impuestas por la ministra de Trabajo. El esfuerzo será mayor en aquellos colectivos conformados por un mayor número de asalariados por encima de las 37,5 horas semanales en cómputo anual, el objetivo que persigue la exlíder de Sumar.

En concreto, la reforma afectará la práctica totalidad de trabajadores dedicados al turismo o el campo que trabajan por encima de esa cota: son los empleados del comercio (el 96,6% de trabajadores cubiertos con convenios trabajan más de 37,5 horas a la semana), de la agroganadería (el 96,8%) y la hostelería (el 99,5%), según datos de Cepyme a partir de la base de datos del Ministerio de Trabajo. Únicamente en estos tres sectores son 3,7 millones de trabajadores en vilo por la reforma. La maniobra de Díaz también ha despertado la inquietud de las empresas, que ya acuden a los abogados laboristas a modo de previsión. La patronal de las pequeñas y medianas empresas calcula que la reducción de la jornada afectará al 75% de los asalariados cubiertos por la negociación colectiva, más de 13 millones de trabajadores por cuenta del sector público o privado. Bajo el juicio de Cepyme, el impacto "negativo muy grave" se observará en el turismo, el campo, el transporte y en servicios como las actividades inmobiliarias, profesionales, técnicas o administrativas. Son las actividades donde existe una mayor proporción de asalariados con una jornada pactada superior a la cota que persigue alcanzar la ministra de Trabajo ya el año próximo.

La negociación colectiva ha venido rebajando la duración máxima del tiempo de trabajo semanales durante las últimas décadas. Este efecto ha sido generalizado en toda la economía, si bien se ha producido en mayor o menor medida según los distintos sectores. De ello depende la capacidad organizativa, la productividad o el tamaño empresarial.

Entre las 21 ramas de actividad, solo hay cinco en las que más del 15% de los asalariados tienen en conve-

Cómo afectará la reducción de la jornada por sectores

Estimación de los asalariados afectados y el tiempo de recorte, datos de 2022

	HORAS A RECORTAR PARA BAJAR A 37,5 HS		ASALARIADOS CON JORNADA DE MÁS DE 37,5 HS	
	TOTAL (MILES)	% DEL TOTAL	TOTAL (MILES)	% DEL TOTAL
Total	12.524,4	2,8	8.825,5	75,8
Hostelería	2.277,8	4,2	1.374,7	99,5
Comercio	3.219,4	4,1	1.942,7	96,6
Ind. extractivas	7,8	3,9	3,9	74,8
Activ. inmobiliarias	105,5	3,9	70,3	99,8
Agroganadería	619,6	3,8	407,5	96,8
Transporte	643,2	3,6	377,8	81,6
Activ. Administrativas	1.141,3	3,3	732,4	81,1
Activ. Profes. y técnicas	525,1	3,0	392,0	85,3
Manufacturas	2.379,0	2,4	1.938,2	75,1
Info. y comunicaciones	45,2	2,4	20,2	39,1
Otros servicios	155,1	2,2	135,9	73,4
Electricidad y gas	22,0	2,0	14,6	51,2
Arte y ocio	88,3	2,0	55,0	46,5
Sanidad	623,6	1,9	525,4	59,1
Agua y saneamiento	77,6	1,8	56,2	50,0
Construcción	431,1	1,3	563,9	65,6
Educación	140,9	0,6	187,8	25,7
Finanzas y seguros	18,5	0,2	23,8	7,6
AA.PP.	2,2	0,1	2,4	4,6

Fuente: CEPYME sobre la base de Ministerio de Trabajo.

elEconomista

nio un tiempo de trabajo pactado de 39,5 horas por semana o más: menos de 3.000 trabajadores de la industria extractiva, uno de cada cinco trabajadores del sector de la información y las comunicaciones, en el transporte, comercio y hostelería. "No obstante, [los cinco sectores con más del 15% de asalariados trabajando 39,5 horas o más] es un porcentaje considerable que estaría afectado por la reducción de jornada", reseñan en el informe. En total, solo el 7,9% de los asalariados cubiertos por un convenio colectivo tienen pactada una jornada máxima de al menos 39,5 horas. Son 925.000 personas.

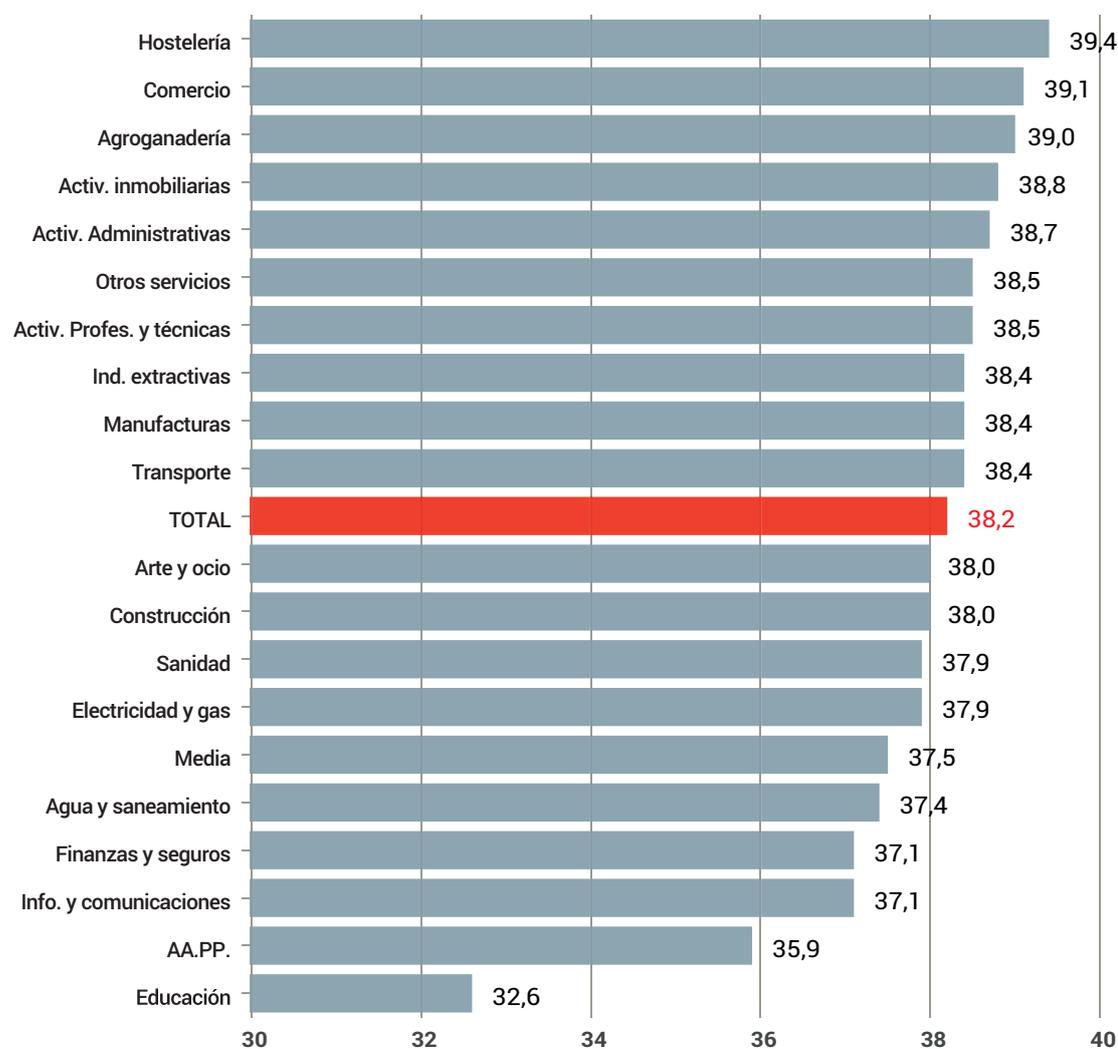
La mayor parte de los trabajadores del sector público trabajan ya por debajo del límite que quiere legislar Trabajo. Así, apenas el 4,6% de los asalariados de la Administración Pública se verán afectados por el recorte. Por su parte, el impacto será "significativo" para el 25% de los asalariados de la Educación y, especialmente, para casi el 60% de los sanitarios que dedican un mayor número de horas al trabajo cada semana.

La vicepresidenta segunda cambiará de un plumazo las reglas del juego por la celeridad con la que quiere modificar el Estatuto de los Trabajadores. En este punto, varios despachos de abogados consultados por elEconomista.es confirman que ya están recibiendo las consultas de las empresas antes, incluso, de que entre vigor la ley. "Nuestro despacho está recibiendo este tipo de consultas", afirma Juan Antonio Linares, socio del área laboral de CECA MAGÁN Abogados en conversaciones con este medio. El impacto de la jornada que será heterogéneo y despierta el interés de determinados grupos de actividad.

"Sectores que estamos viendo están más preocupados todos aquellos que facturan por horas a sus clientes, por el motivo de menos horas a facturar. Además de todos los sectores que requieren de personal físico para su actividad: hostelería, sanitario, logística, industria, agricultura, etc", explica el abogado. Además, el despacho CMS Albiñana & Suárez de Lezo considera que la reducción de la jornada afectará más a las em-

Jornada media pactada, por actividad

Horas semanales por asalariado. Datos de 2022



Fuente: CEPYME sobre la base de Ministerio de Trabajo.

elEconomista

presas con actividades intensivas en mano de obra, las que la facturación suele basarse en el tiempo de trabajo y los costes salariales (dedicadas a la limpieza, la seguridad o los servicios) o aquellas que tienen una baja productividad. Aunque es complejo calcular cuántas mesas deberán reabrirse y volver a negociar, Linares adelanta que "lo pactado en tiempo de trabajo en muchos convenios colectivos va a quedar alterado ya que se reduce el número de horas a trabajar". Esta situación "obligará en la negociación colectiva a replantearse la distribución del tiempo de trabajo actualmente pactada en cada convenio colectivo", apuntan desde CECA MAGÁN.

En busca de vías alternativas

¿Cómo se solucionará? "Por ejemplo, en aquellos convenios que establecen sistemas de turnos de produc-

ción continua (24 horas al día y 365 días al año) se producirán desajustes para cuadrar los turnos y los relevos de los trabajadores. Hasta que se alcancen acuerdos en la negociación colectiva será necesario reducir la jornada semanal, sin que la retribución pueda verse afectada por la misma".

"Las empresas afectadas analizan posibles fórmulas que puedan mitigar el impacto de la reforma en la productividad, como la negociación de sistemas eficaces de flexibilidad y distribución irregular de la jornada de trabajo", explica a este medio Eva Ceca, Counsel de Laboral de CMS Albiñana & Suárez de Lezo. "Es previsible que la reducción incrementará asimismo medidas alternativas como el incremento de las horas extraordinarias o de la contratación temporal, que no es el objeto pretendido por la eventual reforma", sentencia.

La medida más efectiva es la negociación colectiva

Los expertos consultados defienden que la medida más efectiva para abordar la eventual reducción de la jornada laboral sería la negociación colectiva. "Permitiría una mayor flexibilidad a los distintos sectores para la adaptación de la jornada a las necesidades de negocio y a las particularidades de los trabajadores, combinando la mera reducción con sistemas que permitan una mayor flexibilidad en el tiempo de trabajo, la organización de turnos y la distribución irregular de la jornada de trabajo", atiende la experta Eva Ceca. Precisamente, desde el inicio de las negociaciones a tres bandas para la reducción del tiempo real de trabajo hubo una condición que, desde el inicio los agentes sociales, pusieron sobre la mesa: todo cambio debía llevarse a cabo considerando las condiciones que imponen los convenios colectivos actualmente en vigor en nuestro país. No existen garantías de que esta circunstancia vaya a respetarse, al cierre de esta edición, teniendo en cuenta la propuesta de máximos que el Ministerio de Trabajo hizo pública a mediados del pasado mes de junio. Los sindicatos han cerrado los ojos a esa realidad, pero en la patronal continúan viéndolo como un freno y un obstáculo para alcanzar un acuerdo satisfactorio en el desarrollo de la actual negociación.

Tu supermercado puede ser **Alcampo**

¿Eres emprendedor? ¿Tienes un supermercado?



1. El valor de nuestra marca.

Alcampo es una enseña ampliamente reconocida por los consumidores que la identifican como sinónimo de calidad y un posicionamiento de precio bajo.



2. Acompañamiento continuo.

Ponemos a tu disposición un equipo en colaboración constante para el desarrollo de toda la actividad promocional, acciones de marketing, gestión logística y asesoramiento continuo.



3. Confianza y transparencia.

Con las mismas condiciones y el modelo de gestión de nuestros supermercados propios.



4. Libertad de gestión y poder de decisión.

Para que puedas adaptar el negocio a tu entorno.



5. Sistemas de gestión fiables.

Te ayudamos para que puedas alcanzar la máxima rentabilidad.

Si estás interesado en nuestra propuesta o deseas saber más sobre nuestra franquicia ponte en contacto con nosotros en:

902 116 565

franquicias.alcampo.es



Alcampo

España tiene 20.000 microempresas menos que antes de la pandemia

La coyuntura económica de carácter adverso de los últimos años y los mayores costes laborales y de carácter procedimental han afectado especialmente a la 'demografía' de las pequeñas y medianas compañías presentes en el tejido productivo de nuestro país.

elEconomista.es.



Dreamstime

El número de empresas con empleados aumentó un 0,5% interanual, hasta 1,32 millones a cierre de febrero de este año. La cifra es un 0,1% inferior a la del mismo mes de 2019, lo que equivale a una pérdida acumulada de 1.630 empresas, según cálculos de CEPYME a partir de datos oficiales. Si se desagrega la evolución de las microempresas, se encuentra una caída de cerca de 20.000 empresas (-1,7%), concretamente 19.760 compañías menos.

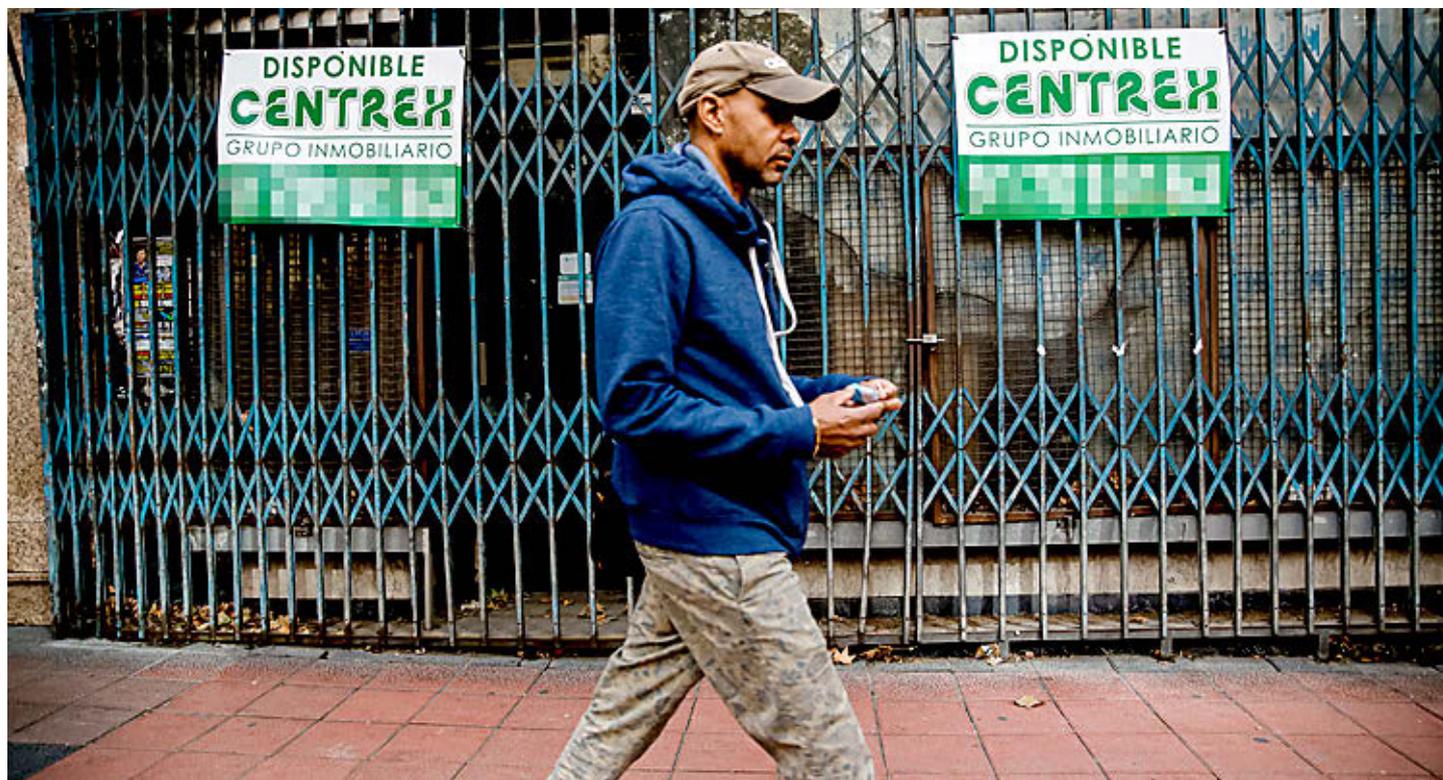
Las que más sufren son las firmas con 1 o 2 empleados, cuyo número ha caído un 3% en los últimos cinco años. Eso significa la desaparición de 21.500 empresas de ese tamaño. El parque de empresas con 3 a 5 asalariados también menguó, un 0,2%, lo que equivale a la pérdida de 470 compañías. En cambio, las firmas de 6 a 9 empleados pudieron aumentar su número un 3,2% (4.200 más).

La dispar evolución de los diferentes tamaños de empresa queda mejor evidenciada cuando se analizan las variaciones acumuladas a lo largo de los últimos cinco años, desde febrero de 2019 hasta el mismo periodo de 2024. A lo largo de dicho lustro, el número total de empresas con empleados cayó un 0,1%, lo que se desagrega en un descenso de 1,6% en la cantidad de microempresas, un crecimiento de 8,5% en las pequeñas (10 a 49 empleados), un avance de 8,8% en las firmas medianas (50 a 249 asalariados) y un incremento de 20% en las grandes empresas.

Esta situación evidencia la mayor vulnerabilidad de las firmas más pequeñas ante la coyuntura económica adversa, caracterizada en el último lustro por la sucesión de la pandemia, el rebrote inflacionario, el incremento de los tipos de interés, así como por la normativa que ha deparado fuertes alzas de los costes laborales y mayores cargas burocráticas; un contexto que ha resultado menos lacerante para las grandes firmas, a la luz de los datos de demografía empresarial.

Evolución por sectores

Por sectores, a lo largo del quinquenio que va de febrero de 2019 al mismo mes del año en curso el



Europa Press

claro ganador es el de Construcción, que es el único en el que todos los tamaños de empresas crecen. La media general es de un aumento acumulado del 9,1%, que llega al 22,9% para las empresas de 500 y más asalariados y se modera hasta el 7,8% para el caso de las microempresas.

Los otros tres sectores presentan ahora un menor número de empresas que en febrero de 2019. El más golpeado es el sector agropecuario, con una pérdida del 6,6% de sus empresas con empleados. Las que más se redujeron fueron las empresas pequeñas (10 a 49 asalariados), con un descenso acumulado del 15,5%. El único tamaño que creció fue el de empresas con entre 250 y 499 asalariados (+8,6%).

La Industria cuenta ahora con un 4,6% menos de empresas que en febrero de 2019. La caída se concentra en las microempresas, que ahora son un 7% menos que hace 5 años. También caen las pequeñas, un 0,4%. Los demás tamaños presentan saldos positivos, en especial las de más de 500 asalariados, que crecen 23,5% en el quinquenio.

Algo parecido ocurre en los Servicios, rama en que la pérdida de un 0,2% de empresas en el último lustro obedece a la reducción del 1,8% en el parque de microempresas del sector. Los demás tamaños de empresas presentan saldos favorables con relación a febrero de 2019: +11,1% las pequeñas, +9,9% las medianas y +22,2% las grandes.

Variaciones interanuales

En términos interanuales, la variación en el número de empresas resultó más desfavorable cuanto menor es el tamaño de la firma. El parque de empresas con menos de 10 asalariados —microempresas— aumentó un exiguu 0,1% interanual. En el otro extremo, la cantidad de compañías con más

21.500

Negocios de 1 o 2 empleados han desaparecido en los últimos cinco años

de 250 empleados aumentó un 7,1%. El número de grandes empresas no deja de crecer desde abril de 2021, cuando se inicia la recuperación postpandemia.

Entre ambos extremos, las empresas con entre 10 y 249 asalariados se incrementaron cerca del 3%. Este subconjunto de las pymes también crece de forma ininterrumpida desde febrero de 2021, aunque a un ritmo más moderado que las grandes empresas.

Con algunos matices, el mismo perfil de evolución del parque empresarial según el tamaño de empresa se repite en la Industria, la Construcción y los Servicios. En los tres casos, las microempresas son

las que evolucionan peor y las grandes empresas las que más se expanden.

Las microempresas industriales están claramente en crisis: encadenan 31 meses consecutivos con caídas interanuales (su número cae todos los meses desde julio de 2021). Al mismo tiempo, las pequeñas empresas industriales solo aumentan un 0,1% interanual en febrero de 2024, mientras que las medianas lo hacen un 1,2%. En cambio, el número de grandes empresas del sector aumenta el 4,6%.

La Construcción es el único de los grandes sectores en que todos los tamaños de empresas aumentan, si bien lo hacen en mayor medida cuanto más grande es su tamaño. Mientras la cantidad de microempresas constructoras aumentó un 1% interanual en febrero, ahora hay un 6,5% más de grandes empresas del sector que hace un año. Las empresas pequeñas y medianas crecieron de manera similar: 3,1% y 2,9%, respectivamente.

En los Servicios, las microempresas están estancadas, presentando cuatro meses consecutivos con incrementos interanuales inapreciables, del 0,1%. Sin embargo, las grandes empresas del sector son las que más crecen, con un 7,9% interanual en febrero. Por su parte, las firmas pequeñas y me-

La Industria cuenta ahora con un 4,6% menos de empresas que en febrero de 2019

dianas crecen algo más del 3% en cada caso: 3,7% y 3,2%, respectivamente.

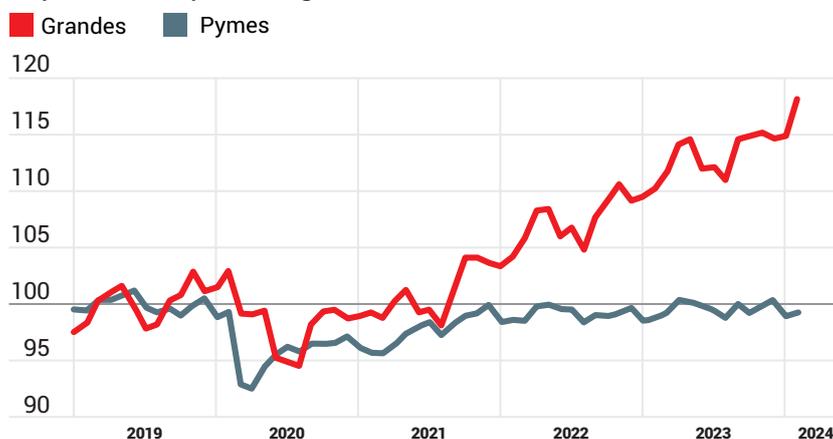
Distinto es el caso del sector Agropecuario, ya que en febrero bajó tanto el número de microempresas (-0,4% interanual) como el de empresas de 500 y más asalariados (-12,7%). La crisis del sector comienza en la segunda mitad de 2019. Desde entonces, el número de microempresas agropecuarias ha caído 39 meses y ha subido en los 17 restantes.

Las medianas empresas agropecuarias son las que menos crecen: +0,9% interanual en febrero. Con todo, es un resultado muy bueno para el sector, pues el número de estas empresas retrocedió en 28 de los últimos 30 meses. Las pequeñas empresas del sector, en cambio, aumentaron su número un 3,2% y encadenan ocho meses seguidos de incrementos.

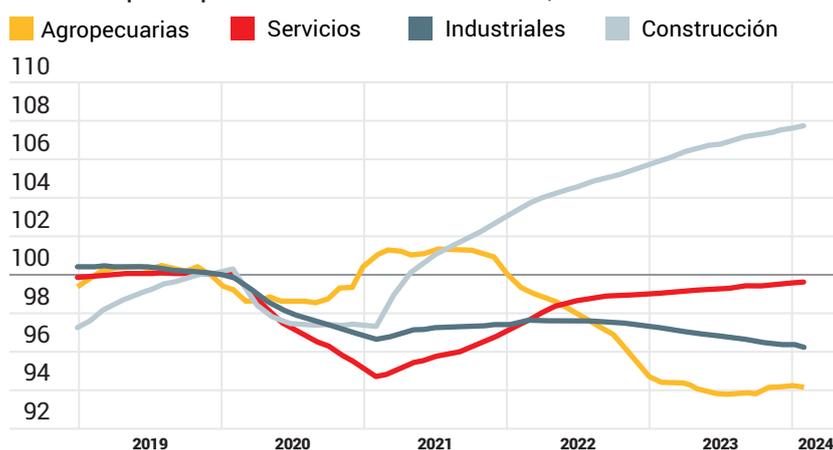
El sector agropecuario también se diferencia de los demás en la diferente evolución dentro del grupo de grandes empresas: por un lado, el número de fir-

Radiografía del empleo en las pymes

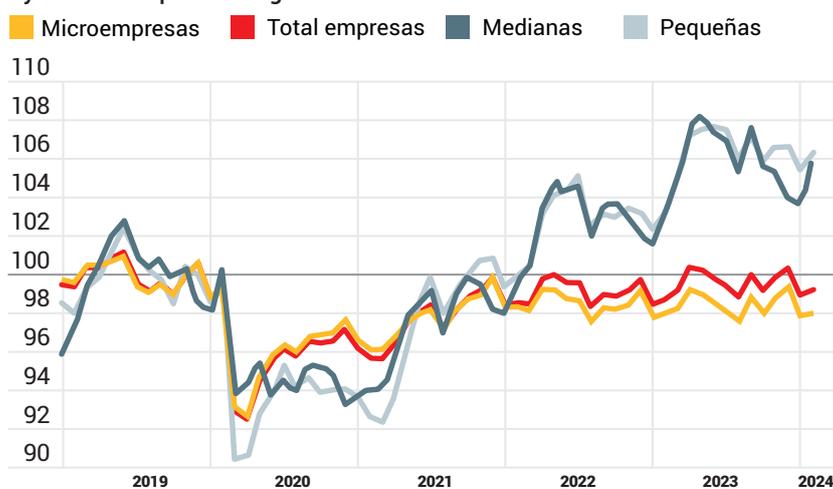
Empresas con empleados según tamaño. Índice base 2019 = 100



Total de empresas por sector. Índice base 2019 = 100, media móvil de 12 meses.



Pymes con empleados según tamaño. Índice base 2019 = 100



Fuente: CEPYME sobre la base de Seguridad Social.

elEconomista

mas de entre 250 y 499 asalariados creció un 21,7% interanual en febrero; por otro, en aquellas con 500 empleados o más, cayó un 12,7%. Con todo, ambos grupos de empresas vienen evolucionando con altibajos dentro de una tendencia descendente.

 **Impulsa Startup**
De tu idea al éxito

Las Cámaras de Comercio
impulsan tu startup



#EuropaSeSiente





Máximo Alexandre
fundador de Estrategízate

El verano, una oportunidad para que las pymes crezcan

El verano, una estación asociada con vacaciones, descanso y un ritmo de vida más relajado, puede parecer un periodo de letargo para muchas empresas. Sin embargo, esta percepción está lejos de la realidad. Para aquellas pymes que sepan aprovecharlo, el verano puede ser una oportunidad para impulsar el crecimiento y mejorar las estrategias empresariales preparándose para el resto de la temporada.

En las próximas líneas vamos a explorar cómo las empresas pueden utilizar los meses estivales para innovar, organizarse y, en última instancia, crecer de manera sostenible. Para empezar, uno de los primeros pasos para aprovechar el verano es cambiar de mentalidad y no verlo como el momento de echar el cierre por vacaciones.

Esto puede ser un error estratégico: el verano no debe ser un periodo de inactividad, sino una oportunidad para reforzar las estrategias de nuestra empresa y prepararse para el resto del año. Si tenemos la posibilidad, debemos mantener un ritmo de trabajo continuo, aunque sea más relajado, para generar nuevas ideas y superar obstáculos que normalmente pueden pasar desapercibidos en tiempos de mayor actividad.

De hecho, uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan las empresas durante el verano es la falta de objetivos definidos. Sin una dirección clara, es fácil perderse en un mar de tareas inconexas que no aportan valor real. Definir objetivos concretos y asegurarse de que todos los miembros de la organización los entienden es crucial. Esto no solo alinea a los equipos, sino que también proporciona un propósito compartido que puede motivar y guiar los esfuerzos de todos.

La claridad en los objetivos es esencial para cualquier estrategia de marketing y ventas, así como plantear nuevas fórmulas que potencien la colaboración y la comunicación entre departamentos. Por otra parte, el seguimiento y la evaluación constante son otros aspectos críticos que pueden mejorarse durante el verano.

De hecho, es el momento perfecto para analizar el desempeño de las campañas



y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos. Esto incluye revisar el porcentaje de conversión de ofertas a ventas y buscar nuevas fórmulas para mejorar estos números. Un enfoque basado en datos que permite a las empresas ser más ágiles y adaptarse rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado.

Como decíamos, la organización interna también juega un papel fundamental en el éxito empresarial de una pyme. La falta de comunicación y coordinación entre departamentos puede llevar a errores costosos, como lanzar promociones para productos que no están en stock o realizar envíos incorrectos. Durante el verano, las empresas pueden tomarse el tiempo para mejorar sus procesos internos y asegurarse de que todos los departamentos estén alineados y trabajando hacia los mismos objetivos. Esto no sólo mejora la eficiencia operativa, sino que también crea un entorno de trabajo más armonioso y productivo.

Siguiendo esta estela, la conexión y el compromiso de los equipos también pueden fortalecerse durante el verano. Promover la gestión de proyectos concretos con equipos multidisciplinarios puede enriquecer el funcionamiento de la organización. Este enfoque no sólo facilita el entendimiento entre compañeros de diferentes departamentos, sino que también mejora los niveles de empatía, compromiso e involucración. El resultado es una empresa más cohesionada y con una cultura de trabajo colaborativa que puede afrontar desafíos con mayor eficacia.



■

Uno de los desafíos a los que se enfrentan las empresas durante el verano es la falta de objetivos definidos

■

Innovar y evitar caer en la rutina es otro consejo valioso. Las compañías que no innovan están destinadas a estancarse meses de verano, cuando la actividad tiende a ser más relajada, ofrecen una oportunidad perfecta para reflexionar sobre las estrategias actuales y pensar en nuevas iniciativas que pueden impulsar el valor del producto o servicio ofrecido. Ya sea a través de la implementación de nuevas tecnologías, la mejora de procesos existentes o la exploración de nuevos mercados, la innovación es clave para mantenerse competitivo.

También debemos estar atentos a las tareas que no hemos completado. Es una estrategia que puede parecer obvia, pero que muchas veces se pasa por alto. En lugar de dispersarnos en múltiples acciones sin terminar, es más eficiente priorizar y finalizar las tareas más importantes. Y si un proyecto es demasiado grande, lo ideal es descomponerlo en partes más manejables para avanzar de manera constante y segura.

También debemos estar atentos a las tareas que no hemos completado. Es una estrategia que puede parecer obvia, pero que muchas veces se pasa por alto. En lugar de dispersarnos en múltiples acciones sin terminar, es más eficiente priorizar y finalizar las tareas más importantes. Y si un proyecto es demasiado grande, lo ideal es descomponerlo en partes más manejables para avanzar de manera constante y segura.

De esta manera mejoraremos la productividad, otra de las áreas que pueden beneficiarse de un enfoque estratégico durante el verano. Mantenerse centrado en las tareas que realmente importan y están alineadas con los objetivos de la empresa es esencial, de la misma forma que realizar actividades menos importantes sólo induce a reducir la productividad y a desviar recursos valiosos.

Finalmente, la época estival también puede ser un buen momento para la formación y el desarrollo personal y profesional, ya que las pymes pueden aprovechar la menor carga de trabajo para invertir en la capacitación de sus empleados. A través de esta vía se pueden mejorar las habilidades y conocimientos de los trabajadores y aumentar su motivación y compromiso con la empresa.

En resumen, el verano no debe ser visto como un mero periodo de descanso, sino como una oportunidad para crecer y mejorar. Al cambiar la percepción de esta temporada y adoptarla como un momento para la reflexión, la innovación y la organización, las pymes pueden prepararse mejor para los desafíos del resto del año. Con objetivos claros, seguimiento constante, una buena organización interna, innovación continua, equipos comprometidos y una alta productividad, el verano puede convertirse en la plataforma de lanzamiento para un crecimiento sostenible y rentable.

ATA está organizando diversas acciones para conocer las trabas administrativas a las que se enfrentan los autónomos.

El asesoramiento para reducir la burocracia ayuda a 50.000 autónomos

Sólo en el último año, la reducción de trabas administrativas ha beneficiado a un total de 500.000 ciudadanos. ATA y la Administración central, ahora con la colaboración del Ministerio para la Transformación Digital llevan 10 años trabajando para conseguir la eliminación de estas barreras

elEconomista.es Fotos: eE

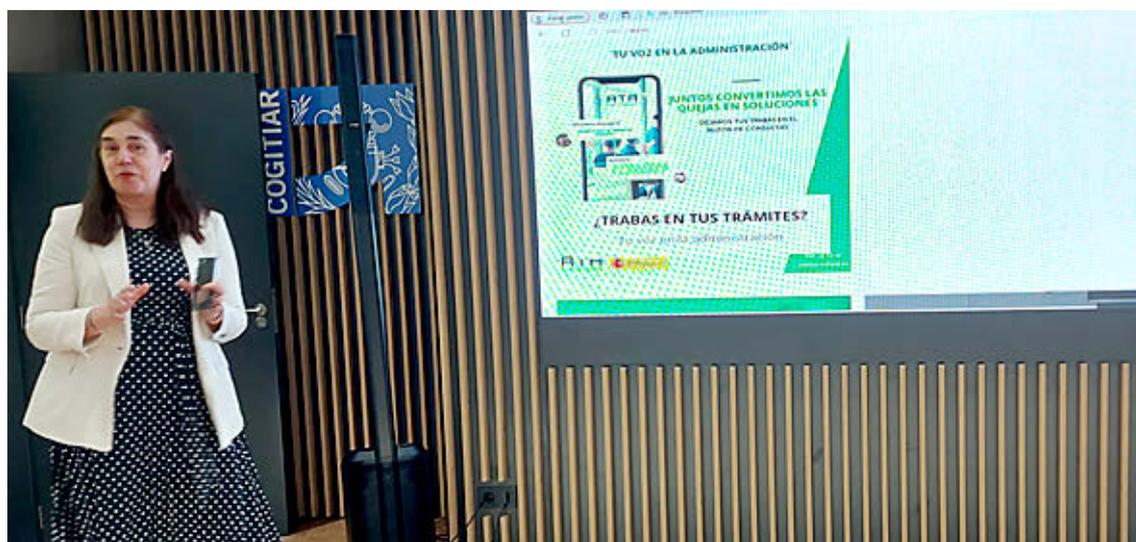
La Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos, ATA está llevando a cabo diversas acciones con el objetivo de conocer de primera mano las trabas administrativas a las que se enfrentan los autónomos e intentar reducirlas o acabar con ellas. Todo ello enmarcado dentro del X convenio de colaboración entre ATA y el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, lo que permite continuar con el trabajo iniciado en el año 2014 y que persigue la eliminación de trabas, trámites excesivos y reducción de cargas administrativas con

el fin de facilitar la relación existente entre el colectivo de autónomos y los diferentes departamentos y organismos de la Administración General del Estado.

Sólo en el último año, la reducción de trabas administrativas ha beneficiado en torno a 50.000 autónomos y a 500.000 ciudadanos en general. "Simplificar trámites nos beneficia a todos y es a través de las quejas de los autónomos como más directamente se detectan redundancias y errores subsanables en los trámites diarios. Con el apoyo de los

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es



Sesión informativa de la organización.

autónomos, sin duda, mejoramos todos", señala José Luis Perea, secretario general de ATA.

Así, desde ATA se están organizando junto con la dirección general de Gobernanza Pública del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, diversas jornadas presenciales tanto con autónomos como con asociaciones y colegios profesionales que bajo el nombre "Revisión de la normativa para la eliminación de trabas y trámites de las administraciones públicas" están siendo de gran utilidad para conocer las trabas que cada día dificultan el desarrollo normal de la actividad de los autónomos y empresas en nuestro país.

Gracias a la firma de este convenio entre ambas entidades, en los últimos años se han ido reduciendo importantes trabas que complicaban el día a día de los autónomos. Como ejemplo representativo de las actuaciones conseguidas podemos hablar de la eliminación del libro de visitas, que supuso un ahorro de unos 700 millones de euros a empresas y autónomos.

"No hay carga ni traba pequeña. Todo aquello que no permita al autónomo desarrollar su actividad con la mayor agilidad es susceptible de ser modificado bien sea mejorando su trámite o directamente eliminándolo", ha asegurado José Luis Perea, secretario general de ATA.

Buzón donde enviar las trabas administrativas

Identificar las trabas diarias de cada autónomo, por pequeñas que sean, y poder solucionar ese problema es el único fin de este proyecto y por eso animamos a todos los autónomos y en especial a gestores administrativos, graduados sociales y asesores a que nos hagan partícipes de cada una de las dificultades por las que pasan diariamente. Para ello, ATA ha incluido en su web un buzón en el que enviar de manera sencilla en cualquier momento las trabas con las que se encuentren.



Otra de las sesiones informativas de ATA.

Una vez recogidas, analizadas y presentadas al ministerio ya se han identificado en torno a 250 trabas, la mayoría en el ámbito tributario, de la Seguridad Social, o responsabilidad de los ministerios de Economía, Comercio y Empresa, y para la Transformación Digital y de la Función Pública.

Las principales trabas eliminadas corresponden a la sustitución de los muchas veces engorrosos informes técnicos por una declaración responsable, implantación electrónica y actualizaciones de software, supresión de coste de llamadas a organismos, unificación de modelos de declaración e interconexión de datos entre administraciones.

En un mundo cada vez más digitalizado y donde prima la inmediatez, no podemos añadir cargas innecesarias a los autónomos. Por ello, desde ATA se pide la colaboración del colectivo, porque son ellos los que verdaderamente saben qué es lo que más les cuesta a la hora de hacer trámites con las distintas administraciones.

**Victoria Miravall**

Product Strategy Director en Wolters Kluwer Tax & Accounting España

Gestión del tiempo: más allá del registro horario

La propuesta de reducir la jornada laboral ha hecho resurgir el debate sobre la necesidad de establecer una nueva regulación del registro horario de los trabajadores. No obstante, registrar la jornada laboral trasciende al mero control de las horas trabajadas y debería invitarnos a reflexionar sobre la gestión del tiempo en el entorno laboral, un factor que impacta tanto en el bienestar de los empleados como en la productividad de los negocios.

La gestión del tiempo afecta directamente a la eficiencia, la productividad y la competitividad de las empresas, mientras beneficia a los empleados al aumentar su calidad de vida. Una gestión adecuada del tiempo permite a los trabajadores organizar sus tareas de manera efectiva, priorizando las actividades más urgentes y evitando el estrés asociado con plazos ajustados y cargas de trabajo desbordantes. De la misma forma, es una forma de organizar los equipos de trabajo según las necesidades de cada momento, lo que no solo mejora el rendimiento individual, sino que también contribuye a un ambiente de trabajo más colaborativo. Mediante una organización eficaz del tiempo, la empresa puede garantizar la conciliación laboral y personal, destinando los recursos necesarios a cada tarea y facilitando a los trabajadores disfrutar de su tiempo libre. Las empresas que respetan el tiempo de descanso de sus empleados fomentan una cultura de compromiso que reduce la rotación de personal, aumentando la lealtad de los empleados.

La productividad ha sido, históricamente, un desafío constante para el tejido empresarial español, sin mejoras significativas pese a las horas extra y la prolongación de las jornadas laborales. La gestión eficaz del tiempo laboral puede jugar un papel fundamental para mejorarla, ya que la satisfacción de los empleados repercute directamente en el desarrollo y crecimiento de las empresas: cuando los trabajadores se sienten valorados y pueden equilibrar sus responsabilidades profesionales con su vida personal, su motivación y rendimiento aumentan. Y este hecho se suma a un cambio imparable en la cultura empresarial en España, dado que las nuevas generaciones valoran el tiempo de una manera significativamente diferente a sus mayores: mientras que para los trabajadores de más



edad las horas de trabajo extraordinarias eran un símbolo de compromiso y éxito, los jóvenes buscan un equilibrio. Y esta tendencia refleja un cambio en las prioridades donde el bienestar personal y la calidad de vida ocupan un lugar central, por lo que las empresas deben reconocer y adaptarse a estas nuevas expectativas que valoran tanto la eficiencia en el trabajo como el tiempo dedicado al disfrute personal.

Otro reto que puede ser superado gracias a una gestión eficaz del tiempo puede ser el absentismo laboral o la necesidad de realizar horas extra. Por un lado, el absentismo es un problema que muchos empresarios consideran importante en sus organizaciones; con prácticas como el establecimiento de horarios flexibles o las políticas de conciliación, se puede conseguir una disminución en las tasas de absentismo, lo que repercute positivamente en la productividad general. Por otro lado, las horas extra representan otro desafío en la gestión del tiempo laboral: si bien pueden ser necesarias en ciertos momentos, un exceso puede llevar al agotamiento y a una disminución de la productividad a largo plazo.

Por último, en un entorno laboral en que el tiempo se gestiona adecuadamente, se facilita la innovación y la creatividad, cualidades que cada vez son más importantes en un mercado laboral dinámico y competitivo y en el que una cultura organizacional que fomente la eficiencia puede ser el camino hacia la diferenciación y el éxito.



■
Esta práctica beneficia a la eficiencia, la productividad y la competitividad, mientras favorece a los empleados
 ■

Los ajustes en el registro horario representan un cambio profundo en la gestión del tiempo laboral. Este cambio, impulsado en gran parte por medidas legales, refleja una evolución en la cultura empresarial que pone cada vez más al trabajador en el centro sin dejar de lado la apuesta por la competitividad empresarial.

Así, la productividad, la innovación, la reducción del absentismo laboral o la gestión de las horas extra son aspectos que deben considerarse, junto al bienestar de los trabajadores, para crear un entorno laboral eficiente, justo y saludable. Y solo a través de una gestión del tiempo adecuada, empresas y trabajadores pueden alcanzar sus objetivos y consolidar una identidad corporativa más moderna y equilibrada.



PEDRO ANDUEZA

Coordinador de Nuevas tecnologías & Inteligencia Artificial de ATA



“La IA supone para el autónomo una enorme oportunidad”

Andueza destaca la importancia de la transformación digital, las ayudas disponibles y las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial para los emprendedores. De acuerdo con la visión de este experto, la digitalización no es solo tendencia, sino necesidad imperiosa para mantenerse competitivo en el nuevo orden socioeconómico mundial.

elEconomista.es Fotos: eE/iStock

Pedro Andueza, CEO de la empresa de soluciones tecnológicas Billin, destaca todo el potencial de oportunidades que ofrece la inteligencia artificial para autónomos y pymes.

Con más de 388.000 ayudas concedidas a través del programa Kit Digital en las diferentes convocatorias abiertas en todo el territorio nacional, Andueza subraya la impor-

tancia de la transformación digital, comparándola con eventos históricos como la revolución industrial y la invención de la rueda. España ha logrado avances significativos en conectividad, presentando altos niveles de acceso a la banda ancha, lo cual es crucial para la integración al mundo digital. Sin embargo, la brecha digital sigue siendo una amenaza que el país ha trabajado arduamente para superar.

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

El programa Kit Digital, una iniciativa del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, ha sido fundamental para apoyar a las pequeñas empresas, microempresas y autónomos, destinando más de 1.600 millones de euros del Plan de Recuperación para implantar soluciones básicas de digitalización. Andueza destaca también el déficit de conocimiento legislativo entre los profesionales, señalando la necesidad de adaptación técnica y preparación, que requiere una inversión considerable en tiempo y recursos. A través de iniciativas como el Kit Digital, los autónomos pueden acceder a 3.000 euros en ayudas, de los cuales 1.000 euros se pueden destinar a la adquisición de un puesto de trabajo seguro.

Vamos al grano. ¿Tan importante es la digitalización?

La digitalización, y el proceso cambio disruptivo que la acompaña, solo es compara-

muy elevados y no olvidemos que este es el indicador principal que abre la puerta al mundo digital.

¿Hay ayudas para no quedarse atrás?

Ciertamente las hay, muchas y muy diversas. En este sentido quiero destacar una noticia especialmente relevante y es que se acaba de anunciar la ampliación del Kit Digital que tanto hemos reclamado desde ATA. Los autónomos que están enmarcados en lo que el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública ha designado como segmento tres, aquellos que no tienen trabajadores o tienen sólo 1 ó 2, ya pueden solicitar el Kit Digital con 3.000€ de ayudas, de los cuales 1.000€ se podrán dedicar a adquirir un puesto de trabajo seguro, es decir, un ordenador con todas las características necesarias para salvaguardar los datos de tus clientes y aumentar tu competitividad sin perder en ciberseguridad.

“El Kit Digital ha concedido más de 388.000 ayudas, facilitando la digitalización de autónomos y pymes”

“ATA ha implementado servicios gratuitos para ayudar a los autónomos a gestionar las solicitudes del Bono Digital”



ble con hechos históricos tales como: la revolución industrial del siglo XVIII, la invención de la rueda en el siglo V a.c., o el descubrimiento del fuego. La llegada de internet, a finales del siglo pasado, marcó el inicio de una nueva era de la que todos somos protagonistas. Negar la digitalización es quedarse fuera del nuevo orden socioeconómico mundial y eso es un lujo que no nos podemos permitir.

Pero es un proceso difícil y costoso en el que muchos sectores pueden quedarse atrás.

La brecha digital es una amenaza cierta que, quiero pensar, estamos terminando de superar con éxito. Se ha realizado un esfuerzo muy importante a nivel país para evitar que nadie se quedara fuera de este nuevo escenario digital. De hecho, España presenta unos niveles de conectividad a la banda ancha

Ha habido críticas de lo farragoso que era solicitarlo.

En ATA fuimos conscientes, desde el principio, de lo complicado que iba a ser para los autónomos realizar los trámites burocráticos para solicitar su Bono Digital por eso pusimos en marcha un servicio para hacer las gestiones de manera gratuita. Es tan sencillo como solicitarlo en www.autonomoskitdigital.es. El programa Kit Digital ha concedido más de 388.000 ayudas en todas las convocatorias abiertas a nivel nacional. Esto supone que más 1.600 millones de euros del Plan de Recuperación han llegado a las pequeñas empresas, microempresas y autónomos/as del país para implantar soluciones básicas de digitalización. En ATA pueden asesorarse ya todos los autónomos, se la gestionamos, y realizamos la justificación. No hay excusas.

¿Qué es la economía del dato?

Sin lugar a duda los datos representan unos de los mayores activos de la empresa y debemos hacer todo lo posible para sacarle el máximo partido. Pero la realidad es que no basta con tener datos y almacenarlos, tenemos que ser capaces de convertir estos datos en información y esta, a su vez, en conocimiento que nos permita tomar las mejores decisiones para nuestro negocio. "Datos, información, conocimiento" esta es la fórmula de conversión que debemos aplicar para empezar a andar el camino.

¿Qué consejos daría a un autónomo que quiera incorporar medición de datos en su negocio?

Me gusta decir que lo importante en este caso es ponerse en marcha, comenzar. Cualquier progreso que hagamos, por mínimo que sea, tendrá resultados inmediatos. Ahora bien, un proceso de mejora con-

El uso óptimo del dato supone una ventaja competitiva que, en muchas ocasiones, marca la diferencia.

Damos un último paso, la Inteligencia Artificial, ¿presente o futuro?

La experiencia nos dice que en el mundo de la tecnología conviene ir paso a paso y, aunque en los últimos meses la IA ocupa todos los titulares, lo cierto es que estamos asistiendo solo el principio de un camino que promete ser muy largo.

¿También para los autónomos?

La IA supone para el autónomo una enorme oportunidad que le puede ayudar a aumentar su productividad de manera notable. Si entendemos la IA como un asistente que nos permite aliviar las tareas más repetitivas y pesadas que, por lo general, son las que aportan menos valor, tendremos más tiempo de calidad para dedicarlo a nuestro negocio. En la práctica esto pasa

“España está casi a la par con el resto de Europa en la adopción de IA, aunque se necesita acelerar el ritmo antes de 2030”

“La IA representa una gran oportunidad para los autónomos, ayudándolos a aumentar su productividad y eficiencia”



tinua que nos tiene que permitir, de manera iterativa, depurar el modelo y, sobre todo, incorporarlo a la cultura de la compañía.

¿Qué ventajas tiene medir dichos indicadores?

Para entenderlo de manera sencilla, es como si fuéramos conduciendo nuestro coche y no funcionará el velocímetro ni el medidor de batería para planificar la siguiente recarga. Pues muchas empresas están así, conduciendo a ciegas, y gestionan su negocio basándose en sensaciones e intuiciones dejando a un lado la objetividad. Sin medir datos y usarlos en su mejora. Quizás hubo un tiempo en que esto era posible; pero hoy, la complejidad de los mercados y la rapidez en la toma de decisiones penaliza a quien sigue apostando por un modelo que no pone el dato en el centro.

por incorporar herramientas que ya vienen en nuestras soluciones ofimáticas que usamos habitualmente para hacerlas "inteligentes".

¿Cuál es la posición española frente a otros países de la zona euro en uso y desarrollo de IA generativa y economía del dato?

Un informe reciente señala que España está casi a la par, en el uso de la IA, con el resto de los países europeos rozando el 10% de empresas que han implementado alguna solución de Inteligencia Artificial. Este hecho nos puede hacer pensar que vamos por el buen camino, pero si comparamos la cifra con el objetivo fijado por la UE para 2030, que aspira que este indicador esté cerca del 80%, diremos que la situación ya no es tan buena y que tendremos que pisar el acelerador si queremos alcanzar el objetivo europeo.



José María Mollinedo
Secretario general de los Técnicos del Ministerio
de Hacienda (GESTHA)

¿Qué muestra la declaración de la renta de los autónomos?

Aunque la información de Renta del año 2022 se publicará en julio de 2024 y nos arrojará pronto los datos más actualizados sobre las actividades económicas que se realizan en España, gracias a las declaraciones del año 2021 -la última información disponible- nos permite hacernos una idea general de la situación de este colectivo.

Para empezar, los autónomos representaron el 14% de los declarantes, frente al 85,26% de declaraciones de trabajadores y otras rentas no empresariales.

Los rendimientos medios de las actividades económicas de los autónomos fueron de 13.157 euros. Al sumarle otras rentas y las reducciones de la base imponible, para los autónomos la Base liquidable general y del ahorro media asciende a 25.149 euros. Frente a eso, las rentas medias de los declarantes no empresarios ascienden a 23.482 euros.

Así pues, ¿cuántos autónomos hay en España? El número de empresarios en 2021 creció respecto a 2020 hasta los 3.146.867 autónomos declarantes, los cuales presentaron 3.090.357 de declaraciones de Renta. Recordamos que los empresarios que más ganan tributan por otra vía, el Impuesto de Sociedades.

¿A cuántos trabajadores emplean los autónomos? Estos empresarios tuvieron contratados a 2.753.823 de trabajadores.

Es decir, una abrumadora mayoría de los autónomos no tienen contratados trabajadores, un 78,3%.

Incluso hay un incremento del número de autónomos sin empleados entre 2017 y 2022. Por Comunidades Autónomas, la primera que registra más empleados sin trabajadores contratados es la Comunidad de Madrid con un 83,6%, seguida de Aragón, Castilla y León, Cataluña y Comunitat Valenciana con porcentajes que van entre el 81,9% y el 81%.

Respecto al número total de empresarios (3.146.867), en 2021 hay menos que en 2017 (3.156.867). De 2017 a 2021 la variación en el número de empresarios apenas fluctúa



un 1% en los dos primeros años, acusando un descenso de casi el 2% en el año de la pandemia, para recuperarse en 2021 con un aumento del 1,66%.

La contratación de los empleados de estos autónomos tuvo variaciones más acusadas en los dos primeros años en comparación con las variaciones del número de empresarios, se produjo una menor caída del 1,78% en 2020 -probablemente por el efecto de los ERTE-, y la contratación repuntó al 1,97% en 2021. Hay menos trabajadores contratados por autónomos que en 2017, posiblemente porque esa diferencia de trabajadores estuviera durante 2021 en ERTE-COVID.

Atendiendo al sexo, los datos tributarios nos dicen que el 62% de los autónomos en España son hombres y el 38% son mujeres. Es decir, se trata de un colectivo bastante masculinizado.

A nivel territorial, el mayor número de autónomos y autónomas se concentran en Andalucía, Cataluña, Comunitat Valenciana y Madrid.

Respecto a la edad, el grupo mayor de los autónomos tiene más de 55 años (36,3%), seguidos del 26,8% que tienen entre 46 y 55 años y el 22,7% en la siguiente franja de 36 a 45 años. Los autónomos con más edad residen en Castilla - La Mancha (el 46,3% tiene más de 55 años), La Rioja (el 44%), Aragón (43,7%), Extremadura (43,4%) y Castilla y León (43,3%).



Los jóvenes emprendedores menores de 26 años apenas superan el 2,2% del total de trabajadores por cuenta propia en 2022

La mayor proporción de autónomos con edades jóvenes, entre 26 a 35 años, se vislumbra tenuemente en Madrid (14,6%) y Canarias (14,0%). Peor lo tienen en Castilla y León, Castilla - La Mancha y Galicia, que están entre el 9% y el 9,9%. En la franja de edad media, la mayor proporción de empresarios entre 36 y 45 años está en Baleares (26,5%) y Canarias (26,1%).

Asimismo, los jóvenes emprendedores menores de 26 años apenas superan el 2,2% del total de autónomos, sin que se aprecien diferencias significativas entre las 17 comunidades autónomas.

Por nacionalidad, los autónomos extranjeros son el 8,6% del total, no apreciándose diferencias por género, salvo en Canarias y Baleares donde las mujeres autónomas extranjeras superan a los hombres. En el conjunto de las regiones, hay siete comunidades donde hay más autónomas extranjeras que hombres.

Del total de actividades económicas, los autónomos están dados de alta en 3.460.077 actividades, el 63,5% de ellas con rendimiento neto en estimación directa, el 11,1% en el régimen de estimación objetiva no agrícola, y el 25,4% en estimación objetiva agrícola.

El porcentaje que supone el rendimiento neto reducido de las actividades económicas sobre el total de rendimientos declarados va aumentando conforme la actividad va contando con un número mayor de empleados.

En la serie entre 2017 y 2021 se aprecia que en casi todas las composiciones de contratación aumentan el porcentaje del rendimiento neto reducido de las actividades económicas sobre el total de rendimientos declarados. Esto ilustra indudablemente que se produce un creciente protagonismo de las rentas empresariales entre los autónomos.

La carga tributaria que se le puede atribuir a las actividades económicas declaradas ha ido aumentando a lo largo de la serie histórica. Ésta aumenta conforme aumenta el número de asalariados.

Por el contrario, la tasa de fracaso de las actividades económicas disminuye notablemente en 2021 a todos los niveles, con y sin asalariados y, especialmente, para aquellos que contratan más. Es decir, conforme aumenta el número de asalariados disminuye más aceleradamente la tasa de fracaso.

Una lectura a la declaración de la renta de los autónomos

Renta de 2021

IRPF 2021	TOTAL	MARCO EMPRESARIAL		MARCO NO EMPRESARIAL
		EMPRESARIOS INDIVIDUALES	EMPRESARIOS POR ATRIBUCIÓN DE RENTAS	
Número de declaraciones	22.048.548	3.090.357	159.744	18.798.447
Distribución %	100	14,02	0,72	85,26
Distribución (%)				
Base liquidable total	100	15,2	1,08	83,72
Cuota líquida total	100	17,72	1,33	80,95
Valores medios (€)				
Rendimiento de actividades económicas	13.181	13.157	13.638	-
Base liquidable total	23.800	25.149	33.650	23.482
Cuota líquida total	6.601	8.984	11.033	6.200
Tipo efectivo (%)	19,89	23,19	24,5	19,23

Evolución del IRPF por años

IRPF	2017	2018	2019	2020	2021
Número de empresarios	3.156.944	3.187.715	3.157.935	3.095.431	3.146.867
Número de asalariados	3.046.205	3.116.328	3.156.720	2.629.682	2.753.823
Número de declaraciones	3.078.269	3.113.282	3.085.744	3.030.744	3.090.357

Evolución de los autónomos sin asalariados

AUTÓNOMOS SIN ASALARIADOS	2017	2018	2019	2020	2021
Total	77,0	77,0	77,0	77,8	78,3
Andalucía	71,0	70,8	70,8	71,5	72,1
Aragón	81,3	81,5	81,5	81,8	81,9
Asturias	77,4	76,8	76,8	77,4	78,0
Baleares	73,2	73,8	73,8	76,8	77,4
Canarias	70,8	71,3	71,3	73,2	74,8
Cantabria	74,1	74,0	74,0	74,7	74,8
Castilla y León	80,4	80,1	80,1	80,8	81,2
Castilla - La Mancha	78,6	78,3	78,3	78,4	79,1
Cataluña	79,1	79,4	79,4	80,5	81,0
Valencia	80,0	79,9	79,9	80,5	81,0
Extremadura	75,5	75,2	75,2	75,8	75,9
Galicia	78,0	78,4	78,4	78,9	79,4
Madrid	82,3	82,4	82,4	83,1	83,6
Murcia	76,9	77,0	77,0	77,8	78,4
La Rioja	74,1	73,5	73,5	74,1	74,6

Rendimiento neto reducido de las actividades económicas

IRPF	2017	2018	2019	2020	2021
Total	47,2	47,6	47,3	44,9	49,6
Sin asalariados	40,7	41,2	41,8	40,1	43,7
1 - 2 asalariados	61,0	61,3	59,7	55,5	62,4
3 - 5 asalariados	65,4	66,2	65,3	60,8	67,3
6 - 9 asalariados	69,7	68,7	64,3	64,4	71,2
10 - 20 asalariados	70,3	70,9	58,8	65,3	69,8
Más de 20 asalariados	70,8	69,0	68,4	65,9	71,9

Cepyme relanza 'El Empresario' para reivindicar libertad y valores

El presidente de la patronal de la pequeña y mediana empresa, Gerardo Cuerva, afirma que "la publicación vuelve para dar consistencia ideológica y fáctica a esa defensa". La revista refuerza la figura de los empresarios, generadores de la riqueza, el empleo y el progreso económico y social.

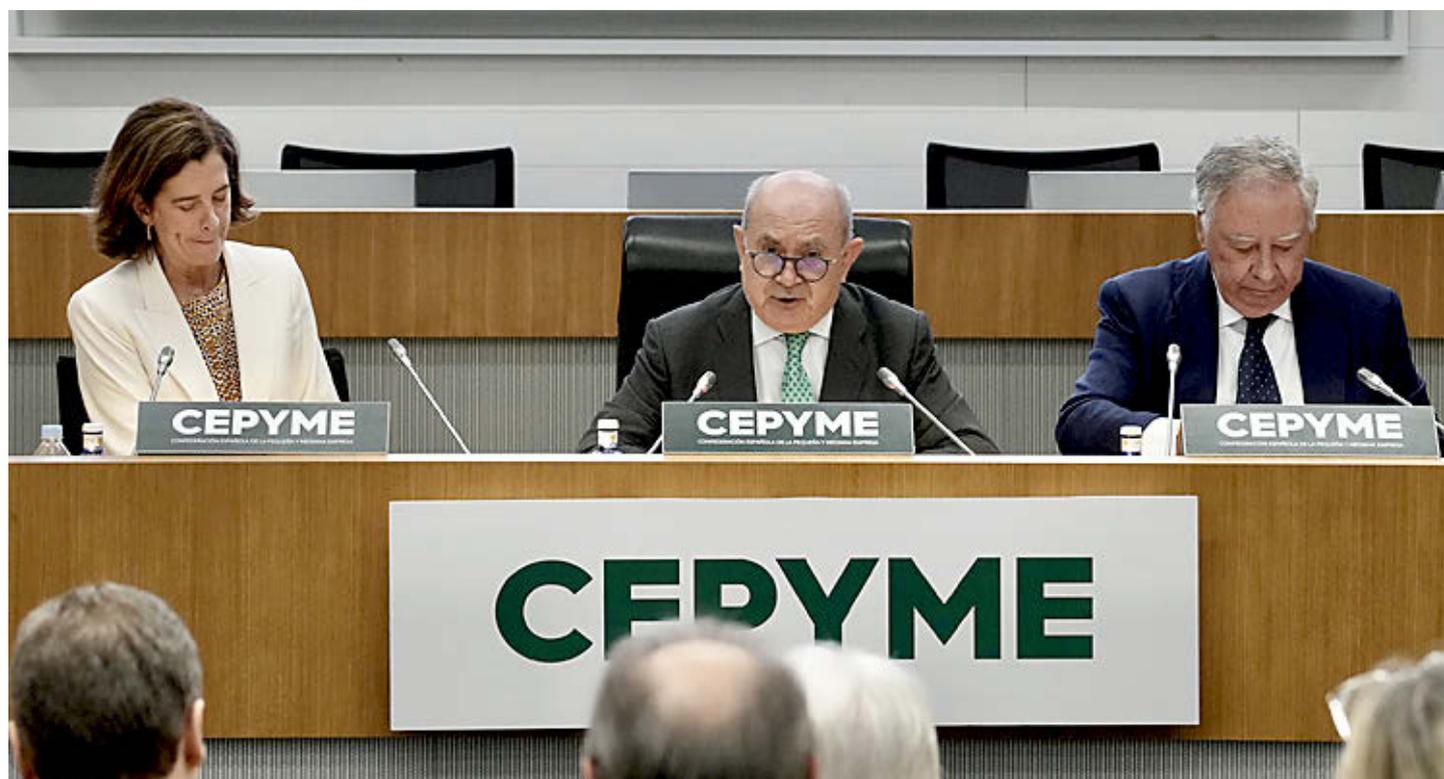
N. G. Fotos: David Mudarra

En un acto cargado de simbolismo y compromiso, la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) ha resucitado su histórica publicación, *El Empresario*. Esta revista, una referencia desde el nacimiento de CEPYME en 1978, vuelve a escena con la firme intención de reforzar la figura del empresario español como generador de riqueza, empleo y progreso económico y social.

El presidente de CEPYME, Gerardo Cuerva, destacó en su discurso la necesidad de "dar consistencia ideológica y fáctica" a la defensa de los valores empresariales, subrayando que *El Empresario* será el símbolo de esta renovada lucha. "Hemos perdido los complejos y no vamos a ceder un ápice en la defensa de nuestros valores, que son los que hacen progresar a España", afirmó Cuerva con contundencia.



El presidente de CEPYME, Gerardo Cuerva, junto con el presidente de CEOE, Antonio Garamendi.



De izquierda a derecha, presidenta de la Asociación Española de Banca (AEB), Alejandra Kindelán; José Luis Rodríguez, presidente de Nueva Economía Fórum; y Clemente González Soler.

CEPYME ha señalado que la libertad de empresa, junto con valores como el esfuerzo, el sacrificio y el compromiso, son fundamentales e inherentes a la labor empresarial. El objetivo de la nueva etapa de *El Empresario* es poner en valor la figura del empresario, darle el protagonismo social que merece y ser el altavoz imprescindible para exponer su realidad. Según Cuerva, “el intervencionismo no ha funcionado, ni funcionará, para generar progreso económico y social”.

Mesas de debate: reflexiones y testimonios

Durante el acto de presentación, se organizaron dos mesas de debate que reunieron a figuras destacadas del panorama empresarial y económico. En el panel “Diálogo con la empresa”, Alejandra Kindelán, presidenta de la Asociación Española de Banca (AEB), y Clemente González Soler, presidente de Alibérico, discutieron las respuestas del sector bancario y empresarial durante la pandemia. González Soler recordó con orgullo la rápida colaboración entre empresas y administraciones para establecer el Hospital de Ifema en solo 29 horas, demostrando la capacidad y el valor del sector privado español.

En la segunda mesa, bajo el título “Los valores de la empresa”, Paula Quinteros, editora y CEO de The Objective, y el economista Daniel Lacalle analizaron la situación económica y el clima político que afecta a las empresas españolas. Quinteros reclamó estabilidad normativa y seguridad jurídica pa-



Clemente González, fundador, propietario y presidente del Grupo Alibérico.



Antonio Garamendi con la revista en mano.



Revista 'El empresario' apilada.

ra las empresas, mientras que Lacalle enfatizó la importancia del diálogo social y el papel crucial de los empresarios como motores del progreso. “El único modo en que se crea progreso es con empresas que invierten, crecen y crean empleo”, sentenció Lacalle.

El evento concluyó con la intervención del presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, quien celebró el relanzamiento de *El Empresario* y resaltó el sentido de Estado y la lealtad institucional de las organizaciones empresariales. Garamendi recordó la importancia de las empresas para el tejido económico y social del país, subrayando el papel vital de publicaciones como *El Empresario* para mantener viva la conversación sobre los desafíos y oportunidades del sector.

Una nueva etapa para 'El Empresario'

La revista, presentada en un evento al que asistieron cerca de 200 invitados, entre ellos empresarios, miembros de organizaciones empresariales, directores de medios de comunicación y líderes de opinión, promete ofrecer contenidos generales que afectan a los empresarios, análisis de coyuntura, entrevistas con representantes de diversos sectores y casos de éxito. Con las firmas de opinión más prestigiosas y análisis económicos inéditos en España, *El Empresario* se posiciona nuevamente como una herramienta esencial para entender y defender el rol del empresario en la sociedad.



La editora, periodista, empresaria, fundadora y CEO de The Objective, Paula Quinteros; José Luis Rodríguez y el economista Daniel Lacalle.



Foto de familia de participantes del evento.

Hemos dado
la vuelta a
nuestras tarjetas.



PUBLICIDAD

Hoy, nuestras tarjetas tienen un nuevo formato vertical, son más seguras y sostenibles. Adaptadas a un mundo que no para de cambiar para hacerte la vida un poco más fácil. **Descubre las soluciones que te ofrecemos para tu día a día en www.bancosabadell.com/tarjetas.** Porque la vida cambia, nuestras tarjetas también.

B Sabadell
Estar donde estés



Celia Ferrero

Vicepresidenta ejecutiva de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA)

Empezar en sostenibilidad

La sostenibilidad empresarial es un concepto que integra muchas áreas de la empresa y procedimientos, desde la calidad del empleo, la igualdad, la eficiencia energética, la huella de carbono, la gestión de residuos o el propio producto y/o servicio que prestamos, así como el control de todo el ciclo de vida de los mismos.

Esto conlleva un reto enorme de transformación de nuestras sociedades, de la actividad económica y de los modelos de negocio. Hasta ahora los planteamientos normativos, servicios y herramientas, parecen estar sólo enfocados a la gran empresa multinacional. Se olvida así que para que realmente exista un impacto real y global es esencial integrar y acompañar al 99% de PYMES y autónomos en la orientación y transformación de sus negocios hacia la sostenibilidad.

Las PYMES, y especialmente las micropymes y autónomos, viven, por su falta de recursos económicos y humanos un estrés lógico a la hora de asumir la sostenibilidad de sus negocios y no perciben las oportunidades del esfuerzo que conlleva.

Es cierto que hasta ahora se excluye de las obligaciones normativas en la mayoría de los casos a micropymes y autónomos, pero si bien esto puede considerarse un alivio, la realidad es que es todo lo contrario.

En primer lugar, porque invertir en sostenibilidad puede conllevar una reducción de costes muy importantes, por ejemplo, en cuanto al consumo energético, que nos permite amortizar rápidamente la inversión inicial. En segundo lugar, porque abre nuevos mercados y opciones de financiación, como en la licitación pública. El acceso a créditos verdes y el acceso a ayudas y subvenciones que exigen ya, aunque no es obligatorio por norma para este segmento empresarial, un plan de sostenibilidad, así como la medición del impacto que la actividad económica genera en la sociedad y en el medioambiente. En tercer lugar, porque el consumidor cada vez es más consciente y presta más atención a ello, además de afectar a la reputación del negocio en el caso contrario. Y, por último, porque todo apunta a que lo que hoy no nos obliga, sí lo haga en el futuro.



■

Queremos que la sostenibilidad como la competitividad esté al alcance de micropymes y autónomos

■

Por ello, si aún no se ha hecho, es esencial empezar desde ya en sostenibilidad ("Start en Sustainability"). Así se denomina el proyecto que hemos iniciado desde ATA en el que colaboramos cuatro países: España, Irlanda, Dinamarca y Polonia y que tiene como objetivo introducir a micropymes y autónomos en el mundo de la sostenibilidad y dotarles de herramientas adaptadas a sus necesidades para integrarla en sus negocios y en su día a día.

El proyecto, cofinanciado por la Comisión Europea y dentro del programa Erasmus +, consiste en elaborar, por un lado, un "kit" de contenidos que recorre ampliamente tanto la normativa, conceptos básicos, así como, la tipología de certificaciones y esquemas de sostenibilidad existentes y casos prácticos de empresas y organizaciones que han adoptado dichos esquemas y los beneficios que para ellos conlleva.

El "kit" debe conformarse como una herramienta práctica para el aprendizaje y la formación de micropymes y autónomos en sostenibilidad, como para los propios consultores y formadores empresariales que lo puedan usar libre y gratuitamente, con el fin de sensibilizar y formar a unos y otros.

Además, se desarrollará una "app" con herramientas intuitivas y sencillas para el autodiagnóstico y la posibilidad de medir el impacto de sus actividades económicas, como la huella de carbono, así como recomendaciones e incluso la posibilidad de elaborar a través de la misma, planes de sostenibilidad integrales.

De esta forma, pretendemos que la sostenibilidad como estrategia hacia la competitividad esté al alcance de micropymes y autónomos que hasta ahora la ven como algo que no les concierne y sólo es una traba más o un impuesto más.

Pero para ello, hay que acompañarles y ofrecerles todas las ayudas e incentivos para que adopten estrategias sostenibles y puedan asumir los costes en tiempo y dinero que conlleva. Sólo así podrán competir en un mundo en el que, sin duda, a todos se nos exigirá ser más sostenibles.



El sueño de un emprendedor a punto de cumplirse: Jaume Sanpera, fundador de Sateliot

La compañía española prevé revolucionar el espacio con la primera constelación de satélites 5G para el desarrollo del Internet de las Cosas.

elEconomista.es.



La tecnología que da sentido a Sateliot se basa en la internet de las cosas. Alex Campillo

Jaume Sanpera (Manresa, 1966) mira el cielo desde su oficina en Barcelona, a pocos metros de la estación de trenes de Sants. Le cuesta entender y digerir lo que ha logrado con Sateliot: en 2018 emprendió con la idea de fundar una compañía del sector espacial y hoy está a las puertas de lanzar cuatro nuevos satélites de una constelación que dará conexión 5G para IoT (Internet de las cosas) a más de ocho millones de dispositivos en todo el mundo.

Hace casi seis años, Sanpera se alió con su compañero Marco Guadalupi, quien actúa como director técnico de Sateliot y con quien ya trabajó en proyectos anteriores. Ambos le dieron el "vamos" a una idea que recién estaba germinando. Como en la mayoría de los casos, el inicio no fue fácil, pero tenían un lema en mente. "Un mundo conectado es un mundo mejor", repiten, al unísono, casi como un mantra, para luego añadir que el 80% de la superficie terrestre no tiene acceso a cobertura móvil.

Otro dato: en 20 años se han conectado cuatro millones de dispositivos con tecnología IoT. La apuesta de Sateliot es tan ambiciosa que esperan duplicar esa cifra con una constelación de un centenar de satélites que estará completa en 2028. La importancia de este lanzamiento significa la apertura de su fase comercial: ya tienen amarrados 200 millones de euros en contratos e ingresos recurrentes con más de 400 clientes de 50 países alrededor de los cinco continentes.

La empresa tiene articulado un plan de despliegue de más satélites para 2025 y con este objetivo está inmersa en una ronda de conversaciones con empresarios e inversores del sector espacial a nivel nacional e internacional para cerrar su Serie B de 30 millones de euros. De hecho, a lo largo de su historia Sateliot ha conseguido levantar un total de 25 millones de euros, de los que seis millones proceden del Banco Santander. La Unión Europea, a través del fondo InvestEU, también le ha dado un respaldo económico a su actividad. Su plan de nego-

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

cio recoge una facturación de 500 millones de euros en 2027 y de 1.000 millones en 2030, con más del 60% de Ebitda.

“Ha sido un camino difícil donde la principal tarea ha sido transformar las palmadas en la espalda en apoyos económicos. Sin embargo, a lo largo de todo este tiempo hemos convencido y demostrado a los inversores de que esta idea tiene futuro”, comenta Sanpera.

Esta hoja de ruta para desarrollar su estrategia empresarial es un potente mensaje de confianza al mercado y al sector aeroespacial: hablamos de una empresa española que cuenta en su accionariado con Indra y Cellnex como socios industriales con una participación del 10,5% y el 3,5%, respectivamente. También de Sepides, con cerca de un 5% del capital.

Historial de emprendimientos

Sin embargo, la historia de Jaume Sanpera comenzó varios años antes que Sateliot. Este ingeniero en Telecomunicaciones tiene, además, un máster en Administración de Empresas (MBA) y un Programa de Alta Administración de Empresas (PADE). Con esta formación no cumple con el típico perfil del emprendedor del New Space, una industria que no deja de crecer en España y el resto del mundo: no es un ingeniero aeronáutico de 35 - 40 años que estuvo un tiempo en una transnacional y salió buscando nuevos aires y un camino propio. A sus casi 60 años, tiene un recorrido bastante más extenso. Antes de Sateliot fundó nueve empresas, varias “puntocoms” como Festuc.com, una red social móvil para poner en contacto a jóvenes para que compartan ocio y Ambientum.com, el directorio digital de empresas renovables. Otra compañía a su haber es Eurona, a la cual le hizo pasar de dos millones a 150 millones de euros en ventas en apenas seis años.

New Space

De regreso a la misión, los satélites ya están integrados en un cohete Falcon 9 de SpaceX y sólo esperan que todo esté listo, y las condiciones climatológicas permitan el lanzamiento durante estos días desde California, Estados Unidos.

Una vez que estén desplegados en el Espacio, sobrevolarán la Tierra desde la órbita terrestre baja (LEO) a unos 500 kilómetros de altura. Desde allí funcionarán como torres de telecomunicaciones, proporcionando una extensión de cobertura a los operadores móviles, a través de acuerdos mayoristas, para que puedan ofrecer servicios de internet de las cosas allá donde las redes terrestres no llegan. Los expertos estiman que, en la actualidad, hay más de 8.100 satélites en órbita terrestre baja, donde la gran mayoría corresponde a los de la red Starlink de SpaceX, la empresa del magnate estadounidense Elon Musk. Los de Sateliot, en tanto, siguen la lógica de los CubeSats: aparatos que tienen unas dimensiones de 20 x 10 x 35 centímetros, más o menos el tamaño de un microondas y un peso neto de 10 kilos. Su vida útil es de, aproximadamente, cinco años y están di-



Jaume Sanpera. eE

señados para que, llegado ese momento, realicen maniobras de desorbitación. Esto implica cambiar su órbita de manera controlada para que se quemen en su reentrada en la atmósfera, evitando así la acumulación de desechos espaciales y minimizando eventuales riesgos de colisión.

Es la era del New Space, un concepto imposible de unificar entre los actores del sector. Sin embargo, se puede entender como la era en la que las grandes agencias espaciales han cedido terreno ante empresas consolidadas y startups que han llegado para darle un giro a la industria. El desarrollo de un satélite ya no cuesta decenas y millones de dólares. Sateliot ha tardado, de media, año y medio por cada uno y el coste por unidad no supera el medio millón de euros.

“Los costos se han abaratado, pero la eficiencia que exige lanzar satélites al Espacio sigue siendo igual de alta. Hemos demostrado que se podía lograr. Toca celebrar este hito del lanzamiento, pero ya mañana seguimos trabajando para completar la constelación”, cierra Sanpera.

Ingeniería aeroespacial que se distingue de sus rivales

Sanpera es un ingeniero humanista, se autodefine como un amante de la tecnología y la innovación, que cree en el progreso y en las múltiples posibilidades que tiene la conectividad para hacer la vida más sencilla a las personas. Entre sus aficiones destacan los deportes por tierra, mar y aire; justamente los dominios donde quiere implantar la conectividad de Sateliot. Tanto le gusta el ciclismo que, por ejemplo, se ha atrevido a participar en pruebas físicas extremas como la Titan Desert. En su perfil de whatsapp reza: “never tired”.

Sanpera, recuerda, reclinado sobre la silla de su oficina: “Andando en bicicleta un día en una zona rural me di cuenta de que no tenía cobertura. A mí me daba igual porque estaba haciendo deporte, pero vi a un agricultor y pensé cómo podrían beneficiarse si tan solo pudieran darle conexión a dispositivos para controlar los campos o las siembras. Las posibilidades son infinitas y vamos a por ello”.



Responsables de CEPYME y Ecoembes se reúnen con el equipo de Grupo Maya.

Maya y Aceites Canoliva, dos nuevas mentorizaciones de CRECEPYME

El tándem de Ric Energy y MAPFRE, un nuevo caso de éxito de la aceleradora de empresas de CEPYME. La aceleradora de empresas tiene como objetivo el fomento del crecimiento empresarial.

elEconomista.es. Fotos: eE

La aceleradora de empresas de CEPYME ultima las más recientes mentorizaciones del programa CRECEPYME de la mano de Ecoembes. Las empresas Grupo Maya (Ontinyent, Valencia) y Aceites Canoliva (Baena, Córdoba) están siendo asesoradas por Ecoembes en materia de economía circular para actualizar sus prácticas en materia de residuos y reciclaje, recibiendo de la mentora las actualizaciones normativas más novedosas y conociendo a través de la expertise de Ecoembes las vías más eficaces para su implantación. CEPYME ha acompañado a pie de empresa a mentora y mentorizada en las primeras sesiones de las mentorías.

Desde Grupo Maya, la directora de producción, María Vaello, indica que la compañía ya viene apostan-

do por la sostenibilidad, tratando de minimizar los residuos. En este sentido, Vaello considera muy útil el contar con la asesoría de Ecoembes, ya que durante los procesos surgen dudas que la mentora puede ir solventando sin que la mentorizada tenga que detraer recursos propios de su actividad principal. La responsable de Relaciones Institucionales de Ecoembes, Virginia Moreno, abunda en la importancia que para la empresa mentora tiene aportar su granito de arena de formación para facilitar y agilizar proyectos ya en marcha de modo que sean más atinados y eficaces.

La directora de Calidad y Envasado de Aceites Canoliva, Marisa Cano, explica que aunque la compañía ya ha implantado estrategias de economía cir-

cular y sostenibilidad, dado que la aceitera apuesta firmemente por ese ámbito, es de suma ayuda contar con Ecoembes para seguir mejorando. En este sentido, Virginia Moreno, desde Ecoembes ha apuntado la satisfacción con este proceso de

acompañamiento. Desde las instalaciones de Canoliva, en Baena, Virginia Moreno explicó que los procesos de economía circular suponen un cambio de paradigma a escala europea, un cambio económico, productivo, de consumo, filosófico y que esa filosofía se hace en los territorios. Precisamente gracias al acercamiento in situ ha podido constatar los avances de la compañía en materia de circularidad.

Impulso empresarial con un plan de ESG

Otro reciente caso de éxito de mentorización fue dado a conocer el pasado abril en un acto público organizado por CEPYME que congregó a más de 60 invitados en la sede de Ric Energy, en Madrid. La compañía fundada y gestionada por José Luis Moya es pionera en el desarrollo de energías fotovoltaicas, actúa en cuatro continentes y encarna una apuesta firme por la innovación en nuevas tecnologías como la producción de hidrógeno verde, el almacenamiento y el biogás.

Durante la jornada Impulso Empresarial: Un plan de ESG para Ric Energy de la mano de Mapfre, clausurada por el presidente de CEPYME, Gerardo Cuerva, responsables de la mentora (MAPFRE) y la mentorizada (Ric Energy) relataron los pormenores de su cooperación en el marco de CRECEPYME, un proceso a través del cual ambas empresas han aprovechado sus sinergias para ensanchar, mejorar y afianzar sus protocolos en materia de Sostenibilidad.

MAPFRE ha mentorizado a nueve pymes en el marco de CRECEPYME. En este caso concreto, la mentora ayudó a Ric Energy a reordenar las acciones en materia de sostenibilidad que Ric Energy ya realizaba sin una estrategia protocolizada. De abril a octubre de 2023, el departamento de Sostenibilidad de MAPFRE ESPAÑA y Ric Energy mantuvieron cuatro sesiones de trabajo conjuntas. Desde el departamento de Sostenibilidad de MAPFRE ESPAÑA, se documentó a Ric Energy sobre qué es un Plan Director de Sostenibilidad, por qué es recomendable tenerlo y cuáles son los pasos para implantarlo.

MAPFRE compartió con Ric Energy sus experiencias y buenas prácticas en gestión de la Sostenibilidad así como las acciones del Plan de Sostenibilidad MAPFRE 2022-2024 en la línea social y el Plan de Comunicación de Sostenibilidad de MAPFRE La Parte Que Nos Toca.

Por parte de Ric Energy se selló desde el comienzo el compromiso de empezar a estructurar de manera ordenada todas las acciones que estaban realizando en materia de sostenibilidad mediante el dibujo de un posible plan de sostenibilidad.



El CEO de Ric Energy, José Luis Moya, en el evento de CRECEPYME.



El director de Economía y Políticas Sectoriales de CEPYME, Francisco Vidal, con los representantes de mentora y mentorizada durante el coloquio.

Durante las sucesivas sesiones mantenidas, la mentora MAPFRE aportó sugerencias relativas al establecimiento de métricas e indicadores clave para la medición del plan, e indicaciones para comenzar a dar pasos en la gestión sostenible de proveedores, además de compartir con la mentorizada su experiencia en encuestas de materialidad.

Desde Ric Energy se fueron exhibiendo logros en el establecimiento de objetivos, KPIs y esquemas de seguimiento del plan, la encuesta de materialidad, y la incorporación de parámetros e información sobre la homologación de proveedores en materia de sostenibilidad.

Ambas compañías hacen una valoración final muy positiva de los avances conseguidos en el diseño



Sesión de mentorización en las instalaciones de Grupo Maya.

y planificación del Plan de Sostenibilidad de Ric Energy, alabando el gran trabajo en la proyección de la imagen de Sostenibilidad hacia sus grupos de interés. “Para una empresa que se lo esté pensando, participar en CRECEPYME es la oportunidad de su vida”, refleja el director de Sostenibilidad de MAPFRE, Álvaro Guitart. De una manera altruista, las grandes empresas damos la mano a las pequeñas y medianas empresas, indica. “Además, el programa CRECEPYME permite a una empresa del IBEX35, como MAPFRE, mantener el contacto con la realidad de las pymes, con los desafíos y los retos a los que se enfrentan”.

El responsable de Sostenibilidad de Ric Energy, Julián Molina, resalta que, gracias a la mentorización de MAPFRE, la compañía ha conseguido acelerar el proceso dedicado a la Sostenibilidad. “La relación con MAPFRE ha sido magnífica: hemos conseguido en seis meses, lo que nos hubiera llevado tres años. Por nosotros solos, aunque hubiéramos contratado a un consultor no hubiéramos conseguido los datos que estamos consiguiendo”.

El programa CRECEPYME

La aceleradora de empresas de CEPYME tiene como objetivo el fomento del crecimiento empresarial, ya que el pequeño tamaño predominante en la empresa española repercute directamente en contra de la mejora de la productividad de nuestro parque empresarial. Como indicó el presidente de CEPYME, Gerardo Cuerva, durante la jornada Impulso Empresarial: Un plan de ESG para Ric Energy de la mano de Mapfre, “si queremos mejo-

rar la sociedad, hay que tener empresas de mayor tamaño”.

En sus tres ediciones, CRECEPYME ha totalizado 77 mentorizaciones a empresas medianas que suman una facturación agregada de 2.500 millones de euros y dan empleo a 14.200 trabajadores. Las empresas que son mentorizadas por grandes compañías pertenecen al índice CEPYME500, una iniciativa de la Confederación en la que anualmente se selecciona a la 500 pymes líderes en crecimiento empresarial tanto por sus resultados como por su capacidad de generar valor añadido, empleo, innovación y proyección internacional.

En la primera edición de CRECEPYME fueron mentorizadas 27 pymes de 10 comunidades autónomas. De la mano de grandes empresas como Amazon, Facebook, Mapfre, Vodafone, BMW Group, Google, Samsung y SAP sacaron adelante con éxito sus proyectos en un amplio abanico de ámbitos. En la segunda edición de CRECEPYME, 37 empresas de CEPYME 500 fueron mentorizadas por compañías como Ecoembes, Google, Mapfre, Orange, Samsung y Vodafone. Con la tercera edición se ha llegado a totalizar 77 mentorizaciones de empresas de distintos sectores -automoción, energía, nutrición y tecnología, entre otros-, habiendo constatado ya durante el proceso el éxito en el aprendizaje de procesos trasladado por mentoras como Mapfre, Orange, Vodafone y Ecoembes. CRECEPYME cuenta entre sus múltiples áreas de mentorización con divisiones como la de digitalización, el talento, sostenibilidad, medio ambiente, inteligencia artificial y la economía circular.



Álvaro Guitart
Director de
Sostenibilidad
de MAPFRE

“ Para una empresa que se lo esté pensando, participar en CRECEPYME es la oportunidad de su vida”

Tercer sector

Las pymes que operan en el sector social son líderes en innovación

El presidente de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (Cepes), Juan Antonio Pedreño, señaló, durante la presentación del informe 'Necesidades de financiación de la Economía Social', realizado por Fiare Banca Etica, "la buena salud empresarial de las pymes de la economía social", cuyas previsiones de creación de empleo en el 2024 duplican a las del conjunto de pymes. Entre los resultados de este estudio destaca que el tamaño medio de las pequeñas y medianas empresas de la economía social es muy superior respecto a la pyme media española, tanto en ingresos como en personas empleadas. Otro rasgo que destacan desde Cepes es el carácter innovador de las pymes de la economía social frente a las pymes de la economía tradicional, pues el porcentaje de pymes de la economía social de mercado que realizó actividades de innovación en 2023 se sitúa en el 21,9%, siendo superior al del conjunto de



iStock

pymes. Además, un factor clave de las pymes de la economía social es su alto nivel de internacionalización, ya que el porcentaje de empresas de economía social de mercado que vende en mercados extranjeros es el triple de la base exportadora del conjunto de pymes. En lo que se refiere a la situación económica, este estudio refleja que las pymes de la economía social tuvieron durante 2023 una mejor situación económica que la del conjunto de pymes, ya que más del 30% de las pymes de la economía social de mercado crecieron en 2023 y un 36,5% indica que su situación económica y financiera fue estable.

Agencia de medios

Dentsu lanza Evolf, un acelerador de negocio específico para la pequeña y mediana empresa

Dentsu amplía su cartera de servicios en tecnología Salesforce con el lanzamiento de Evolf, a Merkle solution. Un acelerador de negocio diseñado específicamente para que el segmento PYMES pueda aprovechar, de forma ágil y flexible, el poder de la nube de Salesforce. El equipo responsable de esta nueva oferta se integra en la marca Merkle, agencia perteneciente al grupo dentsu y especializada en Customer Experience Management.

"Es un orgullo formar parte de dentsu y Merkle en España, y ayudar a nuestros clientes para que aprovechen al máximo las soluciones líderes de Salesforce", comenta Pablo Calleja, CEO de Evolf, a Merkle solution. "Este segmento de mercado requiere una perspectiva diferente y esperamos seguir colaborando con las pequeñas y medianas empresas de Europa para que alcancen todo su potencial".

Galardonados como "Salesforce SMB Partner of the Year" y con sede en Madrid, la compañía -anteriormente conocida como Vanguard Cloud and Innovation- está especializada en tecnología Salesforce y da servicio a pequeñas y medianas empresas a escala internacional. Actualmente, su equipo está compuesto por más de 120 profesionales con una estructura organizativa y operativa que evoluciona el modelo tradicional de agencia para adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes. "Es un honor dar la bienvenida al equipo de Evolf, a Merkle solution como miembro de la práctica global de Salesforce en Merkle. El segmento PYMES representa un potencial sin explotar para nuestro grupo y esperamos poder replicar este éxito en toda Europa con la ayuda del equipo de Evolf", Michel Mayor, SVP Global Salesforce Practice Merkle. "Este lanzamiento refuerza el compromiso del grupo dentsu con su partner estratégico Salesforce y es una muestra de la apuesta por acelerar nuestro negocio CXM en Europa y MENA".

STEMDO crea empleo 'tech' para grandes empresas en pequeñas urbes

La 'startup' despegó en Huelva, de donde es originaria, y posteriormente abrió sedes en Mérida y Talavera de la Reina: estas regiones cumplen con las carencias que observaron en la geografía española, donde hay una veintena de regiones con más de 100.000 habitantes y escasos perfiles tecnológicos.

José Miguel Arcos. Fotos: iStock

Usar la tecnología para crear empleo tecnológico. Eso es lo que hace precisamente la startup andaluza STEMDO. Esta empresa sobre todo en ciertas regiones donde el empleo tecnológico representa menos del 1,5% del total con una premisa: no todos los puestos 'tech' se deben quedar en las grandes urbes, así reparten la riqueza y productividad por la geografía española. La Unión Europea (UE) puso cifras (y deberes) para los próximos años, urgiendo a España a incorporar al mercado a 1,5 millones de nuevos profesionales tecnológicos en los próximos 6 años. ¿Cómo hacerlo? "Se piensa que la formación es la 'bala de plata' y, aunque es una pieza clave, la solución pasa por agilizar y facilitar al máximo a las empresas la forma de incorporar y absorber la cantidad de esos nuevos profesionales", resume su CEO, Alfredo Montilla, para elEconomista.es.

Son cada vez más los casos de empresas que surgen como intermediarias, facilitadoras de procesos 'business to business', como herramientas para solucionar los problemas de un mercado laboral cambiante. Ante la escasez de perfiles profesionales, la startup ofrece una solución única en el mercado para sus clientes, grandes empresas de la banca, tecnología o de servicios, que cubre todo el proceso para que los nuevos profesionales se incorporen a los proyectos a través de 'su' vía.

Hablan de 'ecosistemas digitales' en las zonas poco habituales, pues los focos tecnológicos de España están en Madrid y Barcelona, además de sobresalir en Málaga. Las primeras aperturas de oficinas y campus han sido en Huelva, Mérida (Badajoz) y Talavera de la Reina (Toledo).

La mayoría de los empleados de esta 'startup', más allá de los tres fundadores, son recién graduados. Es la fase inicial que empieza cuando STEMDO inicia un proceso formativo previo a acompañarles en los primeros meses de trabajo en otras empresas.

"En primer momento reciben una formación en la STEMDO Academy, centrada y adaptada a la realidad empresarial en tecnologías como cloud o ciberseguridad, y poniendo mucho énfasis en las 'soft



Empleo tecnológico en una foto de archivo.



skills', como trabajo en equipo o desarrollo de habilidades comunicativas. Para su progresión hemos construido herramientas digitales y capas de soporte para que las empresas que incorporan estos profesionales no tengan que llevar el peso del 'onboarding' en las primeras etapas con un exhaustivo seguimiento", explica Montilla, también 'techie'.

Los clientes pueden seleccionar el talento de a través de la STEMDO Platform, una herramienta tecnológica que acelera el proceso. "Cuando un cliente accede a la plataforma tiene total visibilidad y transparencia sobre cualquier perfil, la absoluta certeza de la veracidad de la información porque es inmutable. Además de tener el talento disponible inmediatamente, el tiempo que necesitan".

En estos procesos ya no hay lugar a dudas, porque la revolución de los CVs ha llegado: la IA permite personalizar los procesos de selección y certificación para ser muy precisos en la información que les mostramos a nuestros clientes. Además, "estamos entrenando a modelos de la IA para ser mentores digitales". El 'blockchain' es una herramienta clave para la transparencia del sector: "con esta herramienta todo lo que pase en el ecosistema STEMDO será inmutable, desde una prueba de inglés hasta la opinión de un cliente sobre nuestros profesionales".

El equipo vio que podrían ayudar a incorporar a muchos más perfiles TIC al mercado, pero en algunas

regiones el impacto sería transformacional, "vimos que el problema era común en toda la industria, pero en ciertas regiones era dramático". La sobrecualificación (el trabajo en una ocupación inferior a la que le correspondería por nivel formativo) por falta de oportunidades también es una realidad en estas zonas. "Solo en España hay una veintena de áreas poblacionales de alrededor de 100.000 habitantes con menos de 1,5% de los trabajadores en empresas tecnológicas. Tuvimos claro que nuestra tecnología y metodología podría tener un impacto brutal para crear empleo en estas regiones", detalla.

Actualmente están buscando más financiación a través de ampliaciones de capital. "Tuvimos la suerte de contar con 'business angels' y con el fondo Sherry Ventures que apostaron por el proyecto desde el primer momento, ahora vamos a incorporar fondos tecnológicos y de impacto para seguir avanzando en nuestra doble misión", explica Montilla. Tras facturar casi un millón de euros el primer año completo, arrancando desde cero en enero, sus ventas van camino de multiplicarse por cinco en el segundo año de vida.

Sobre sus perspectivas de expansión, afirman que "existe interés en muchas regiones de España y estamos llegando a acuerdos con emprendedores, lanzaremos pronto en Córdoba con este modelo". Además, comentan que han recibido propuestas de fuera de nuestras fronteras: Portugal, Marruecos o Colombia.



Una 'startup' alemana quiere usar la IA y exportar los 'minijobs' a España

Senior Connect, el proyecto germano, fomenta la reincorporación de los mayores de 50 años al mercado laboral a través de la tecnología. La idea surge de la dificultad de los amigos jubilados de la abuela de uno de sus fundadores para encontrar un trabajo de pocas horas semanales tras el retiro.

José Miguel Arcos. Fotos: iStock

Usar la Inteligencia Artificial para reinventar las colocaciones de trabajadores sénior 'Made in Germany'. Es el proyecto que está desarrollando una empresa alemana, Senior Connect, a la vista del problema generalizado del empleo que observan en Europa y también en España. El modelo de estos jóvenes alemanes pasa por el procesamiento de datos a través de la IA, tratando de encajar las preferencias de las compañías con los perfiles de los sénior. Es un proyecto para exportar los 'minijobs', trabajos de pocas horas semanales compatibles con la pensión en Alemania. También quieren aprovechar el capital humano e intelectual de este tipo de empleado con experiencia en una época

en la que se habla más que nunca de los puestos sin cubrir y de la necesidad de trabajadores cualificados. Pretenden asentarse este año en el mercado alemán y valorar su presencia en el resto de Europa en 2025.

Los trabajadores mayores de 50 ó 55 años encaran la fase final de su carrera laboral con una gris certidumbre: muchos de ellos quedan desempleados y encadenan varias prestaciones y subsidios antes de acceder a la jubilación, todo un lastre para la capacidad productiva del continente y para la Seguridad Social de cada país. En una conversación de Tim Findeiss, uno de los tres cofundadores, con elE-

Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

conomista.es, destaca que más de 100.000 desempleados alemanes con más de 55 años desearían trabajar, pero no encuentran encaje. Y 870.000 personas mayores de 67 años se ven obligadas a complementar su pensión con los minijobs.

Senior Connect ha estado recientemente en suelo español exportando su idea. Su proyecto basado en la IA para reincorporar a mayores al mercado laboral ha sido finalista de los Premios Fundación MAPFRE a la Innovación Social. Su visita coincide en tiempo y forma con un año en el que el Gobierno español está repensando, junto a los agentes sociales, cómo conseguir que los españoles estiren su vida laboral con modalidades de jubilación parcial que hagan compatible la pensión y el salario.

Los desajustes del mercado laboral una vez avanza la pirámide demográfica han provocado que surjan empresas emergentes como Senior Connect, que nació del 'minijob' de la abuela de uno de los cofundadores y la dificultad para encontrar empleo de algunos de sus amigos retirados. "Mi abuela me hizo darme cuenta de que los mayores desean seguir estando activos incluso después de jubilarse. Lo más importante es que, al ser frecuentemente consultada por sus amigos por oportunidades de trabajo en la biblioteca, nos dimos cuenta de que cada vez es más difícil acceder a oportunidades laborales una vez jubilado. Fue entonces cuando vimos que puede existir una necesidad mayor, no solo entre los amigos de mi abuela, sino en toda Alemania, de una plataforma central que cubra exactamente esta brecha", explican.

De momento, el proyecto está asentándose en el sur de Alemania. Quieren diferenciarse de los portales de empleo como 'Infojobs', o de las redes profesionales como 'LinkedIn'. Sus principales clientes son las empresas, con las que elaboran un perfilado en tres pilares para recabar sus necesidades.

"Nuestra misión es permitir una búsqueda de empleo fácil y sin estrés para solicitantes experimentados mayores de 50 años y hacer que su potencial sea fácilmente accesible para las empresas", explican. Es por ello que ofrecen herramientas y recursos para estos candidatos desde el primer paso: unifican los currículums, pues se encuentran desde los más escuetos a aquellos que ocupan más de lo debido. Con el acceso a datos del mercado laboral facilitado por el Gobierno alemán y también por las Empresas de Trabajo Temporal (ETTs) están desarrollando su negocio.

Bajo un previo análisis con expertos donde tienen que ponderar la legislación fiscal y de pensiones de España, valorarán si dan el salto al sur europeo con el mismo modelo... pese a guardar diferencias sustanciales. La tasa de sustitución que mide la generosidad de las pensiones es sensiblemente inferior en



Alemania respecto a España. Las insuficientes cuantías y la brecha de género hace que especialmente sean las mujeres quienes recurren a los trabajos de pocas horas a cambio de unos 500 euros como máximo, que gozan de una fiscalidad beneficiosa para complementar su prestación de jubilación.

Una reciente reforma alemana incentiva el cobro total de la pensión y el salario, una medida beneficiosa para aquellos que recurren a los minijobs durante la jubilación. Son normativas y un modelo diferente de jubilación que deberán tener en cuenta antes de exportar su modelo a España, admiten.

Más 'outsourcing' para mejorar la competitividad de las empresas

Las empresas tratan de ganar competitividad y eficiencia recurriendo a terceras sociedades especializadas en determinados servicios operativos. La externalización u outsourcing está ganando peso ante la elevada carga regulatoria de aspectos tan esenciales como las nóminas o la contratación de personal. También es una opción para tratar de aplacar el incremento de costes y despreocuparse de estas necesidades operativas para centrarse en el negocio o actividad principal, según explica Javier R. de Arellano, director general de Eurofirms Services, para la Revista Franquicias.

"El 'outsourcing' es una clara oportunidad que genera valor añadido, sinergias y beneficios compartidos para las empresas, proveedores externos y los trabajadores", explican desde Eurofirms Services, expertos en este negocio. La externalización de servicios en una práctica que permite reducir costes y ser más eficientes. Además, la flexibilidad y la adaptabilidad a los cambios del entorno, al poder ajustar el volumen, la duración y la frecuencia de los servicios contratados según las demandas del mercado y las condiciones económicas, permite responder con rapidez y eficacia a las oportunidades y amenazas que se presenten.



Óscar García-Velasco
socio director de Amrop España

Las pymes necesitan un CAIO

La inteligencia artificial (IA) está transformando el mundo que nos rodea, lo que supone un gran reto para las pymes, independientemente del sector en el que trabajen o la actividad que realicen. Y, para hacer frente a esos desafíos, será fundamental que sus líderes estén preparados para afrontar exitosamente la disrupción tecnológica que se avecina. Porque, bien manejado su uso e implementación, la IA puede ser el elemento diferenciador que les permita conquistar mercados antes impensados para ellas.

En este sentido, cada vez cobra más fuerza un nuevo perfil directivo: el del CAIO, o Chief Artificial Intelligence Officer, que en castellano definiríamos como el director de inteligencia artificial de una empresa.

Esta nueva figura profesional ya se ha impuesto en muchas empresas norteamericanas y está empezando a tomar forma en España.

Su misión principal pasa por diseñar, desarrollar y supervisar la implementación de la estrategia de IA de la organización, con el objetivo de impulsar la innovación y mejorar la eficiencia operativa y los procesos de toma de decisiones a través de la aplicación de tecnologías de inteligencia artificial y aprendizaje automático. Y deberá hacerlo en estrecha colaboración con los distintos departamentos de la organización.

Como cualidades imprescindibles de este nuevo directivo destacan cuatro. En primer lugar, es importante decir que el CAIO, contrariamente a lo que se puede pensar, no es necesariamente un "tecnólogo", pero sí debe ser un apasionado de la innovación tecnológica y sentir curiosidad para mantenerse al tanto de los últimos avances y tendencias emergentes en el campo de la IA, incluidos desarrollos regulatorios y cambios en el panorama competitivo, para mantener a la pyme a la vanguardia de la innovación.

Por otro lado, deberá demostrar excelentes habilidades de comunicación e interpersonales pues, debido a la transversalidad de este puesto, tendrá que tratar con los distintos departamentos de la empresa y transmi-



tir y hacer entender conceptos complejos a audiencias no técnicas.

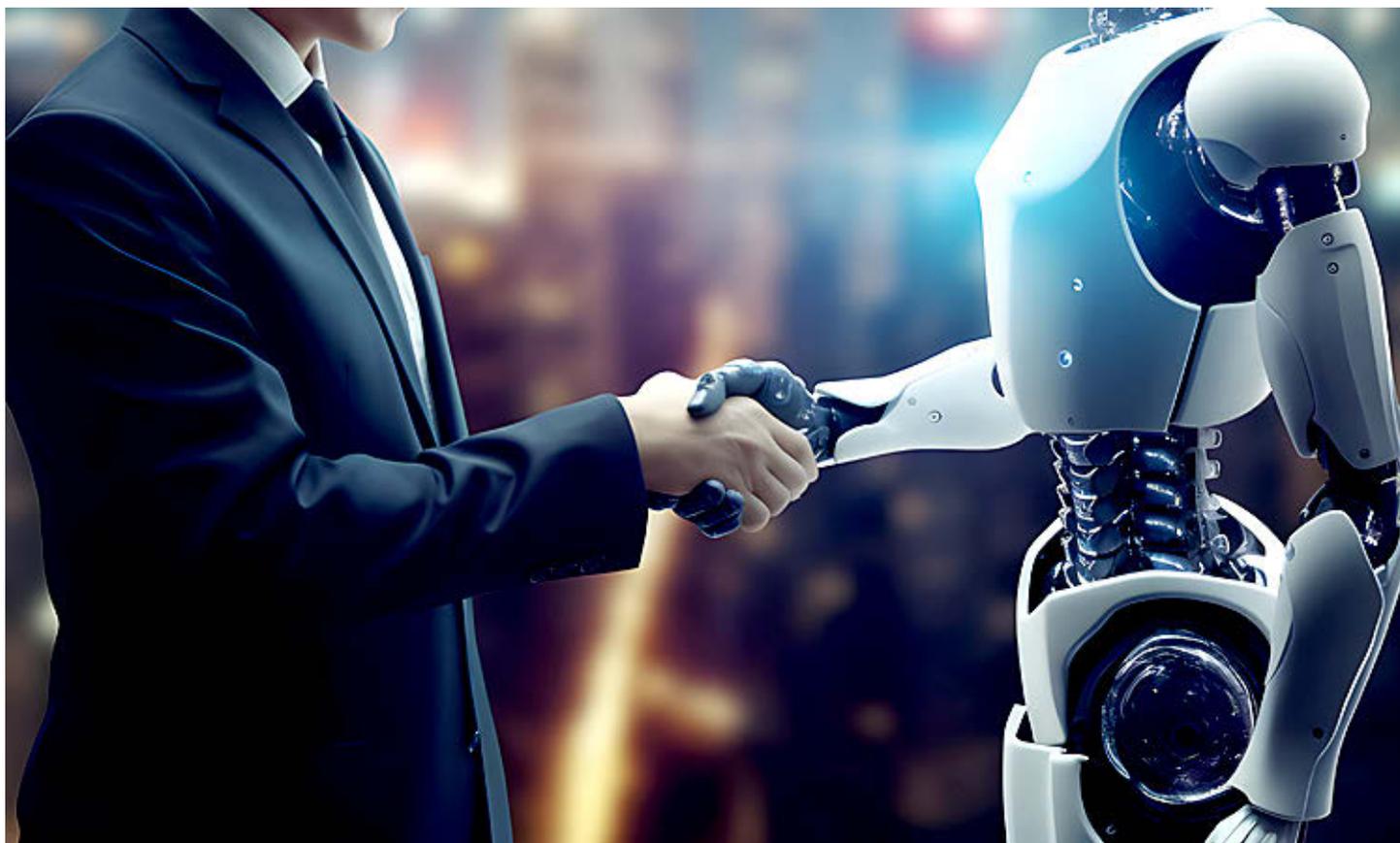
Además, para ser capaz de alinear las iniciativas de IA con los objetivos y prioridades organizacionales, necesitará una gran visión estratégica y un profundo entendimiento del negocio. Y, por último, y quizás uno de los aspectos más importantes, deberá ser un profesional íntegro y que muestre una alta moralidad y conocimiento de las consideraciones éticas y regulatorias relacionadas con la inteligencia artificial, incluidos los requisitos de privacidad, seguridad y cumplimiento, así como en materia de sostenibilidad, diversidad e inclusión.



De momento, en España existe una gran carencia de este tipo de perfiles, por lo que, para que las empresas se adapten a las nuevas necesidades tecnológicas, seguramente tendrán que formar internamente o bien importar el talento del CAIO, al menos en una primera fase.

■
Esta figura ya se ha impuesto en muchas empresas norteamericanas y está empezando a tomar forma en España
 ■

Y para atraerlos a nuestras organizaciones y conseguir que permanezcan en ellas, primero es necesario que los propietarios de las pymes posean también cualidades del llamado "liderazgo innovador", como una mentalidad abierta y curiosa y avidez por aprender constantemente y buscar nuevas perspectivas y enfoques. También deben estar dispuestos a asumir riesgos y enfrentar desafíos, eso sí, de forma calculada, comprendiendo que la innovación a menudo implica cierto grado de incertidumbre, y mantener una visión estratégica, que les permita establecer objetivos a largo plazo y trabajar hacia ellos de manera sistemática. Así será mucho más fácil adaptarse con éxito a lo que la inteligencia artificial trae consigo.





Aumento de tamaño y rentabilidad: los beneficios de la exportación

Los principales efectos colaterales positivos de la internacionalización empresarial son el crecimiento (38,3%), nuevas oportunidades (37,8%), mayor resistencia a crisis (36,3%) y aumento de rentabilidad (34,8%), según el Observatorio de Competitividad Empresarial especializado en este ámbito.

elEconomista.es. Fotos: Dreamstime

El crecimiento del tamaño empresarial (38,3%), la generación de nuevas oportunidades en el mercado (37,8%), una mayor resistencia a las crisis y reducción de riesgos (36,3%), así como un aumento de la rentabilidad empresarial (34,8%) son los principales beneficios derivados de la internacionalización de las empresas. Así se refleja en el Observatorio de Competitividad Empresarial sobre Internacionalización, elaborado por la Cámara de Comercio de España para analizar la internacionalización de las empresas españolas.

“En 1975 las exportaciones suponían un 11% del PIB español, mientras que hoy representan más del 42%”, recuerda el presidente de Cámara de España, José Luis Bonet, al tiempo que señala algunos aspectos relevantes que caracterizan a las empresas españolas internacionalizadas, como la gradual diversificación geográfica, el fuerte crecimiento del comercio exterior de servicios o la favorable inserción en cadenas globales de valor. El Observatorio también refleja que las ventas al exterior evolucionaron favorablemente para la mayoría de las empresas en 2023, y se

espera que esta tendencia continúe en 2024: un 87% de las empresas exportadoras prevé mantener o aumentar sus exportaciones el próximo año. "Un 77,6% de empresas exportadoras lo hace de manera regular, lo que significa que la internacionalización se ha convertido en una parte habitual de la estrategia de negocio para muchas empresas españolas. En esas empresas exportadoras, el 44,9% de su producción es vendido al exterior; lo que demuestra el impacto significativo de la internacionalización en su crecimiento y rentabilidad", asegura Raúl Mínguez, director del Servicio de Estudios de Cámara de España.

Junto a los beneficios ya señalados, las empresas españolas también encuentran obstáculos en su salida al exterior. Entre las principales barreras figura la cantidad y complejidad de trámites burocráticos (3,13 puntos sobre una escala de 5), el elevado coste de vender en el extranjero (2,98 puntos) y la dificultad para obtener información sobre los mercados de destino (2,84 puntos). Para superar estas barreras, las empresas internacionalizadas valoran el asesoramiento y acompañamiento (42,8%), las acciones de promoción (participación en viajes, misiones, ferias, ...) (38,8%), el apoyo económico y acceso a canales de financiación (32,3%), y los acuerdos de libre comercio (29,9%).

De hecho, cerca de la mitad de las empresas internacionalizadas (46,3%) conocen los programas de apoyo a la internacionalización, y más de la mitad de ellas (54,8%) han utilizado estos recursos disponibles. Los más usados son los servicios de asesoría/consultoría (56,9%) y los programas de iniciación a la internacionalización (52,9%). Sin embargo, las empresas todavía afirman necesitar más información sobre oportunidades de negocio (55,2%), trámites y controles aduaneros (55,2%), requisitos y formalidades (48,8%), elementos logísticos y operativos (45,8%), y fiscalidad y tributación (39,8%).

El estudio concluye que aún queda un largo camino por recorrer para que las empresas españolas alcancen su máximo potencial en el mercado global. En la línea con lo mencionado, entre los ámbitos a reforzar figuran cinco aspectos:

-Fomentar la cultura exportadora: es necesario que las empresas españolas consideren la internacionalización como una parte natural de su estrategia de negocio.

-Apoyar a las pymes: las pymes son las que tienen un mayor potencial de internacionalización, pero también son las que encuentran más dificultades. Es necesario que el gobierno y las organizaciones empresariales les apoyen con medidas específicas.

-Reducir las barreras: es necesario eliminar o reducir las barreras que encuentran las empresas españolas para internacionalizarse, como la falta de finan-



ciación y las dificultades para adaptarse a diferentes culturas.

-Promover la innovación: la innovación es un factor clave para el éxito de las empresas en el mercado global. Es necesario que las empresas españolas inviertan en I+D y que el gobierno apoye la investigación y el desarrollo.

-Mejorar la información y el asesoramiento: es necesario que las empresas españolas tengan acceso a información y asesoramiento de calidad sobre las oportunidades de negocio en el extranjero, los trámites y controles aduaneros, la fiscalidad y tributación, la inteligencia competitiva y la promoción internacional.



Emilio Froján
CEO de Velca

¿Un cargo público despreciando el emprendimiento y un eslabón de la movilidad eléctrica?

Es difícil dar crédito a las declaraciones del Secretario General de Transportes y Movilidad Sostenible, Álvaro Fernández, al hablar de las bicicletas eléctricas y de su elevado precio de modo que esto provoque que haya más motos eléctricas de baja calidad en las calles. Así se expresó y se puede buscar su discurso en YouTube.

Es entendible que el marco, la presentación del "Informe del Sector de la Bicicleta 2024" de la asociación del sector AMBE, genere un espacio ya no de buenas palabras, sino de firme compromiso con la bicicleta, pero lo que no hace falta y sobra totalmente es despreciar a la moto eléctrica.

Un cargo público debe mostrar respeto e imparcialidad con las distintas modalidades de transporte sostenible existentes, pues cada cual tiene su espacio, cumple una función y lo que se está generando es un ecosistema sostenible de movilidad. Un ecosistema que un cargo público debe fomentar en su máxima expresión.

Las motos eléctricas son fundamentales en este ecosistema y son un eslabón más. Son complementarias a otras modalidades electrificadas como la bicicleta, el patinete y, por supuesto, el coche. De hecho, moto y bicicleta eléctricas comparten muchas cosas, como ser una movilidad que ocupa poco espacio y ser cero emisiones y cero ruidos.

Comparten que detrás, en muchos casos, hay emprendedores, jóvenes y no tan jóvenes que arriesgan, y que sólo piden un marco adecuado para trabajar, no que les pongan baches que hagan el camino más complicado.

Y ahora, además, parece que tienen que demostrar calidad,





iStock



En las instituciones deben mostrar respeto e imparcialidad con las modalidades de transporte sostenible existentes

cuando hay un enorme esfuerzo por parte de las pymes en tener vehículos de altas prestaciones y crear una industria española de alto valor, que genera riqueza, empleo y empieza a exportar y, con ello, a contribuir a elevar la marca España.

Por eso, el discurso de un cargo público debe sumar y no restar. Debe conocer la verdad de un mercado, el de motos, en el que aumentan las ventas de combustión y caen las eléctricas, luego no se está generando la atmósfera adecuada para el cambio.

Por ello, la primera reflexión desde el Gobierno debería enfocarse en ver cómo mejorar los planes MOVES que, por cierto, acaba en poco más de un mes sin noticias sobre su prórroga o nueva edición. ¿Incluir las bicicletas eléctricas como aseguró el secretario general en el mencionado acto? Perfecto, pero ¿y los ciclomotores eléctricos que ahora no están incluidos tampoco?

Y ya que hablamos de planes de incentivos, ¿es una ayuda que un conductor tenga que poner el dinero y recibirla al cabo de más de un año? Y mientras llega la ayuda ¿quién le ayuda?

Y ya que hablamos de políticos ¿es de recibo que de los 350 diputados solo 3 tengan vehículo eléctrico? ¿Y que de los 37 que declaran tener moto ninguna sea eléctrica? Más valdría predicar con el ejemplo que criticar sin argumento.

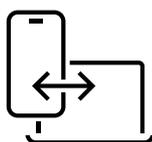
a3gestión del tiempo

Software de gestión
de presencia y
registro de la
jornada laboral



Control de presencia

Registra la jornada mediante un sistema de marcaje: prevendrás el absentismo y el incumplimiento de la normativa laboral.



Gestión integrada

Mantén toda la información disponible y accionable en un mismo lugar para **optimizar esfuerzos y facilitar la toma de decisiones** con una perspectiva más global. Desde la interfaz de a3gestión del tiempo podrás ejecutar cualquier tarea que necesites para coordinar a tu equipo, como modificar turnos o validar vacaciones.



Registro horario

Lleva un control horario para **fomentar la puntualidad y aumentar la productividad.** También te resultará muy útil, por ejemplo, para poner en práctica un plan de incentivos, ya que puedes definir reglas para calcular bolsas de horas de manera automática.



Movilidad

Tendrás una **app gratuita para iOS y Android** que podrás facilitar tanto a empleados como a mandos para que puedan gestionar información relativa al control horario y de presencia desde cualquier dispositivo móvil para consultar los horarios y realizar los marcajes.