

Revista mensual | 11 de noviembre de 2024 | Nº115

# Franquicias Pymes y emprendedores

elEconomista.es

restaurant  
**EL CONSISTORIO**  
A TOTA BRASA

CERVEZAS ALHAMBRA

## LA DANA AGRAVA AÚN MÁS EL DIFÍCIL AÑO QUE ATRAVIESAN LAS PYMES ESPAÑOLAS

Pese al fuerte avance del PIB, más de 4.000 pequeños negocios y 90.000 autónomos cesan su actividad en apenas un semestre

AYUDAS TRAS EL TEMPORAL

**LAS TRANSFERENCIAS DIRECTAS A EMPRESAS SE LIMITAN A 850 MILLONES**

FISCALIDAD

**EL 'IMPUESTAZO' AL DIÉSEL GOLPEARÁ A 130.000 TRANSPORTISTAS**



# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es



Emergencia económica | P4

## La DANA supone el colofón de un año aciago para pymes y autónomos

Las pequeñas y medianas empresas son las grandes perjudicadas de un temporal que llega en un año marcado por la cuantiosa desaparición de negocios en el sector.



Opinión | P16

## La presión fiscal sobre las pymes y autónomos en España

En el país alrededor del 50% de empresas de nueva creación no sobreviven más de cinco años.



Plan de choque | P8

## Las ayudas directas para empresas quedan por debajo de los 850 millones de euros

Sánchez se compromete a que estas transferencias se empiecen a cobrar en menos de un mes.



Entrevista | P30

## "Atraer talento es el gran reto en el sector tecnológico"

El consejero delegado de Telespazio Ibérica, Carlos Fernández, explica los planes de crecimiento de la firma en su competitivo sector.

Fiscalidad | P12

## El 'impuestazo' al diésel golpeará a 130.000 transportistas profesionales

Miles de autónomos de este sector quedarán fuera de las exenciones previstas en la nueva alza fiscal del gasóleo debido al pequeño tamaño de sus vehículos

Internacionalización | P34

## Un error burocrático en exportaciones puede doblar el coste del transporte

Las pequeñas y medianas empresas en España que deciden operar en el exterior llegan a enfrentarse a más de 100 documentos, a través de diferentes interlocutores.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

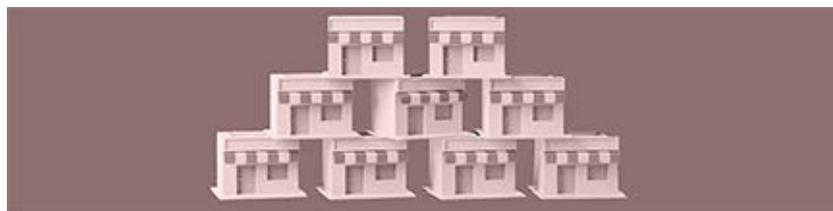
Presidente Editor: Gregorio Peña.

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: Esther Zamora



## Una situación ya difícil para las pymes que la DANA ha convertido en crítica

**A**nte una tragedia como la ocasionada por la DANA que asoló el sureste de España a finales del pasado octubre, toda estimación rigurosa de los daños materiales producidos requerirá todavía de un largo periodo de tiempo. No obstante, resulta ya desafortunadamente obvio que las pymes y los autónomos constituirán el colectivo más fuertemente golpeado por la destrucción de los cerca de 50.000 locales comerciales, oficinas y naves industriales que la peor gota fría del siglo XXI dejó tras de sí en la Comunidad Valenciana y en otras autonomías. Las pérdidas de maquinaria y *stocks* de producción son de una magnitud que carece de parangón incluso en situaciones tan excepcionales para la economía mundial como la que planteó la pandemia del Covid-19 en 2020 y 2021. Es por ello que, oficiosamente, en el ámbito empresarial surgen ya voces que consideran "insuficientes" los más de 10.000 millones que el Gobierno movilizará, con menos de 850 millones en ayudas directas. Es más, los recelos en el colectivo de las pequeñas y medianas empresas se incrementan al considerar el modo en que el presidente Pedro Sánchez ha vinculado interesadamente el desarrollo de las dos siguientes, y más cuantiosas, fases del plan de ayuda a la difícil negociación de los Presupuestos Generales.

■  
El actual era ya un año anómalo, con un número inusualmente alto de cierres en el sector pese al fuerte avance del PIB

La preocupación que siente el sector está muy lejos de limitarse a la zona cero de la DANA. Son miles los emprendedores y pymes que actúan como proveedores de un área de tanta importancia económica como la que circunda a la capital del Turia, y que no saben cuándo sus clientes habituales estarán en condiciones de volver a reclamar sus productos y servicios. Pero, además, no debe olvidarse que la situación de las pequeñas y medianas empresas estaba ya atravesando un año particularmente difícil, antes de que se produjera la tragedia en el Levante. Resulta por completo anómalo que en un país cuyo PIB crece más de un 3% interanual, y en un contexto de reducción de los tipos de interés, desaparecieron más de 4.000 pequeños negocios y más de 90.000 autónomos echaron el cierre en poco más de un semestre.

En el sector ven como única explicación el hecho de que el eslabón más débil de la economía se encuentra al límite de su resistencia después de los años acumulados de aumentos de la presión fiscal, a través de impuestos y cotizaciones sociales, incrementos forzados del Salario Mínimo año tras año desde 2019 y, más recientemente, una ya inexplicable lentitud en la llegada de las ayudas europeas anticrisis al tejido empresarial. Más lamentable todavía resulta el hecho de que no hay visos de cambios sustanciales en estas políticas en el nuevo año. Al contrario, iniciativas como la subida del gasóleo que Hacienda quiere impulsar en 2025, con un incremento del precio final de hasta 13 céntimos por litro, pondrán en dificultades a miles de negocios que, por el tamaño de sus vehículos quedan fuera de la exención para profesionales. La actual DANA solo ha convertido en crítica una situación que ya era muy complicada.

# La DANA 'da la puntilla' a uno de los peores años para las pymes españolas

Las pequeñas y medianas empresas son las grandes perjudicadas de un temporal que arruinó más de 50.000 locales e instalaciones empresariales. No obstante, antes de la gota fría, el sector atravesaba ya un 2024 aciago en el que más de 4.000 firmas de este tipo, y 90.000 autónomos echaron el cierre

Esther Zamora.

La peor DANA del siglo XXI en España llegó a la Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha el pasado 29 de octubre, y días posteriores en Cataluña y Andalucía, golpeando las viviendas y negocios de miles de personas que tendrán que volver a empezar de cero. La tragedia supone el colofón a un año anómalo para las pequeñas y medianas empresas, y los trabajadores por cuenta propia. Pese al fuerte crecimiento económico, los ceses de actividad en todos esos colectivos están siendo inusualmente altos en 2024, de acuerdo con los estándares europeos. El deterioro de las cifras con las que se cerrará el año es ahora muy difícil de

cuantificar, pero los actores implicados se temen lo peor. Desde la Cámara de Comercio de Valencia comunican que son miles los locales, naves y bajos comerciales que se inundaron. Además, los pequeños comercios y tiendas que consiguieron resistir a las inclemencias meteorológicas, fueron después los más castigados debido a los robos y saqueos que se llevaron a cabo, así como los polígonos industriales, que quedan prácticamente desiertos cuando cae la noche en la ciudad del Turia.

Los actores implicados se mantienen en alerta por las ayudas destinadas por el Gobierno a las empre-



Un negocio de ropa en Aldaia, Valencia. EFE

sas afectadas por la DANA, que por el momento, a fuentes empresariales consultadas por elEconomista.es, les resultan insuficientes: "A primera vista 10.600 millones nos parecen escasos para la magnitud de la tragedia", explican las fuentes, que confirman que analizarán con lupa el detalle de las medidas que se publiquen en el Boletín Oficial del Estado (BOE).

Desde los comercios piden calma, ya que la reposición de stock, renovación de maquinaria especializada para volver a iniciar las actividades comerciales y limpieza de locales y naves industriales, será lenta y no tienen un tiempo estipulado para volver a poner en marcha la economía. Todo ello, ligado al tiempo que llevará consigo la reconstrucción de autovías y carreteras afectadas por las inundaciones.

## Sectores más golpeados por la DANA

La Cámara de Comercio de Valencia ofreció los datos que había disponible sobre las cifras económicas de las empresas golpeadas por la DANA, un total de 48.722.

El sector servicios se lleva la peor parte con 38.431 empresas afectadas, encabezado por el comercio, transporte y hostelería, que tienen 18.425 negocios afectados, seguido de las actividades profesionales y técnicas (6.183); otros servicios personales (5.076); educación, sanidad y servicios sociales (3.183); actividades inmobiliarias (2.540); actividades financieras y de seguros (1.085), que se encuentra casi a la par de otros servicios sin determinar (1.069); y, los menos afectados, fueron las empresas de información y comunicaciones (694).

Después del sector servicios, está el de la construcción, con 5.998 negocios afectados; y, por último, el sector industrial (4.119 empresas afectadas por la Dana).

Estas cifras, que tienen en cuenta a 68 municipios golpeados por la DANA en la Comunidad Valenciana, a excepción de Utiel y Requena por falta de datos, representaban en el año 2022 unos 67,5 millones de euros del PIB, lo que representan un 32,3% del PIB total de la Comunidad Valenciana; y tenían empleadas a un total de 1,07 millones de personas, que suponían un 24,7% en la Comunitat.

A pesar de la situación excepcional que vive la economía en España por la DANA, los datos relacionados con las pequeñas y medianas empresas y los autónomos en el último año ya eran desoladores antes, ya que España perdió 4.093 pequeñas y medianas empresas, aquellas que suponen un 90% del tejido empresarial del país, lo que podría tener una gran repercusión en la economía. Además, el país también contó en el último año con una disminución de 90.000 trabajadores autónomos, lo que supone un descenso del 8,65%.

## Sectores más afectados por la DANA en Valencia

### En unidades

SECTOR	EMPRESAS AFECTADAS
<b>Servicios</b>	<b>38.431</b>
Comercio, transporte y hostelería	18.425
Actividades profesionales y técnicas	6.398
Otros servicios personales	5.076
Educación, sanidad y servicios sociales	3.183
Actividades inmobiliarias	2.540
Actividades financieras y de seguros	1.085
Otros servicios sin determinar por secreto estadístico	1.069
Información y comunicaciones	694
<b>Construcción</b>	<b>5.998</b>
<b>Industria</b>	<b>4.119</b>
<b>TOTAL</b>	<b>48.722</b>

Fuente: Cámara de Comercio.

elEconomista

Las empresas más afectadas durante el año fueron las que tienen entre 1 y 2 trabajadores y las de 3 a 5 empleados, ya que son las únicas que han registrado un descenso en el periodo analizado. Y aunque las demás se mantuvieron o crecieron, las pérdidas fueron mayores que el nacimiento de nuevas pymes.

Fuentes empresariales apuntan a diversos factores que abocan a esta merma del tejido empresarial. Con todo, todas ellas coinciden en que la creciente presión fiscal sobre el sector (en forma de impuestos y cotizaciones), unida a la inestable le-



**Solo en comercio, hostelería y transporte rozan las 40.000 las empresas afectadas**

gislación laboral, está asfixiando a multitud de empresas de pequeño tamaño, pese al fuerte crecimiento económico. Dichas fuentes ponen como ejemplo "los efectos perniciosos de la continuada, y unilateral, subida del Salario Mínimo Interprofesional" desde 2019, lo que afecta a toda la "tabla salarial de sectores enteros. Para 2025 está prevista otra alza del SMI que pondrá en más apuros a miles de empresarios.

De las que cuentan con un menor número de trabajadores (1 o 2), han desaparecido 7.251, mientras que de las que tienen entre 3 y 5, han puesto fin a su actividad económica un total de 773,

## Variación de las pymes por sectores en España

Automoción, industria manufacturera y agricultura son los más afectados

SECTORES	2023	2024	PIERDEN EMPRESAS (UNIDADES)	GANAN EMPRESAS (UNIDADES)
Comercio y reparación de vehículos	289.574	284.493	5.081	-
Hostelería	183.424	183.588	-	164
Construcción	140.178	140.486	-	308
Actividades profesionales	97.263	97.302	-	39
Industria manufacturera	97.157	95.542	1.615	-
Agricultura y ganadería	90.723	89.411	1.312	-
Otros servicios	76.013	75.425	588	-
Transporte	67.617	68.816	-	1.199
Actividades administrativas	54.234	54.629	-	395
Sanidad	52.453	52.687	-	234
Actividades inmobiliarias	38.441	39.244	-	803
Educación	33.575	34.791	-	1.216
Actividades artísticas	33.135	33.751	-	616
Hogar	29.433	28.412	1.021	-
Comunicación	24.462	24.722	-	260
Actividades financieras	18.126	18.622	-	496
Suministro de agua y residuos	4.764	4.793	-	29
Suministro de energía	1.901	1.921	-	20
Industria extractivas	1.180	1.155	25	-
Actividades extrateritoriales	319	325	-	6

Fuente: Ministerio de Industria y Turismo.

elEconomista

una cifra que da a las empresas de ese tamaño un respiro.

Las pequeñas y medianas empresas que más han conseguido mantenerse en el último año han sido las que tienen entre 6 y 9 empleados (138.910 en 2024 y 138.425 en 2023); y las más grandes dentro de las pequeñas y medianas empresas, que son las que cuentan entre 50 y 249 trabajadores en sus fi-

**Las protestas agrarias provocan que este sector se resienta especialmente en este año**

las, a pesar de haber obtenido una subida (27.875 en 2024 y 27.477 en 2023), la cifra de aumento es la menor de las analizadas.

La estadística analizada también muestra los datos referidos a las empresas de 250 a a 499 trabajado-

res y las que tienen más de 499, que a nivel general son las que menos han variado, habiendo pasado de 5.516 en 2023 a 5.752 en 2024.

### Sectores que más negocios cerraron

Por sectores, el que más empresas tuvo que cerrar en el último año es el de comercio y reparación de vehículos, que paradójicamente será fundamental de cara al año 2025 por las devastadoras consecuencias de la DANA, que se ha llevado por delante los vehículos de uso personal y de trabajo de miles de personas. En 2023, la automoción contaba con 289.574 pymes en España, mientras que en septiembre 2024 redujo su cifra a las 284.493, un descenso de 5.081 empresas del sector. En segundo lugar, se encuentra la industria manufacturera, que perdió 1.615 empresas en el último año, pasando de 97.157 en 2023 a 95.542 en 2024.

En la última posición del podio, está la agricultura y la ganadería, cuya actividad estuvo marca por las manifestaciones convocadas en los primeros meses del año y que perdió 1.312 empresas (90.723

### Buenas noticias en cuanto al número de trabajadores

A pesar de que el número de pequeñas y medianas empresas entre septiembre de 2023 y 2024 disminuyó, el número de trabajadores en estas compañías aumentó por 118.306 empleados, pasando de los 9.083.620 en el año 2023, a los 9.201.926 en 2024. Con lo previsto, las de 1 y 2 y de 3 a 5 trabajadores fueron las que más empleados perdieron, con 9.564 menos las primeras y 4.278 las segundas. A pesar de ello, las que más empleo crearon fueron las que tienen entre 10 y 49 trabajadores, que llegaron a generar hasta 77.767 puestos de empleo en el periodo analizado, seguido de las que tienen entre 50 y 249 trabajadores, que consiguieron incluir en su plantilla hasta a 51.049 personas. En el último lugar se encuentran las de entre 6 y 9 empleados, que además de ser las que más se mantuvieron, consiguieron hacer crecer su plantilla en 3.337 trabajadores. Los buenos datos en relación al empleo se deben, en parte, a la reforma laboral que dosminuyó el tiempo de los contratos temporales y obligó a los que había en marcha a ser indefinidos. Por ello, este tipo de contrataciones fueron las que más crecieron en el periodo analizado. Además, también lo hicieron los empleados en las pequeñas y medianas empresas cuya jornada semanal es de 40 horas.

## Ocupados por situación profesional y tipo de contrato

Datos en valores absolutos en miles

	TRIMESTRE ACTUAL	VARIACIÓN SOBRE TRIMESTRE ANTERIOR		VARIACIÓN SOBRE IGUAL TRIMESTRE DEL AÑO ANTERIOR	
		DIFERENCIA	PORCENTAJE	DIFERENCIA	PORCENTAJE
Trabajadores por cuenta propia	3.150,2	-87,8	-2,71	-36,6	-1,15
Empleadores	943,4	-12,7	-1,33	-89,3	-8,65
Empresarios sin asalariados o trabajadores independientes	2.132,0	-60,3	-2,75	62,6	3,02
Miembros de cooperativas	17,4	-12,3	-41,46	-1,7	-8,91

Fuente: ATA.

elEconomista

en 2023 y 89.411 en 2024); y que ahora ha sido golpeada por las inundaciones en España.

Por otro lado, en el documento facilitado por el Gobierno de España refleja que las que más consiguieron aumentar el tamaño del sector en 1.216 empresas son las empresas dedicadas a la educación, que en 2023 tenían 33.575 negocios y en 2024 han subido a los 34.791. Junto a las del sector del transporte (crecido por 1.199 empresas) e inmobiliario (aumento de 803 compañías), son las que más crecieron. Estas últimas, prevén un nuevo aumento o, al menos, mejores resultados, ya que se tendrán que reparar o construir nuevas viviendas en las zonas de Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Andalucía y Cataluña, las Comunidades Autónomas más afectadas por la DANA.

### España pierde 1.000 autónomos al día

La última Encuesta de Población Activa (EPA) publicada el pasado mes de octubre mostró datos altamente preocupantes para los autónomos en España.

Esto se debe a que, en el último trimestre, el colectivo de trabajadores por cuenta propia registró una pérdida de 87.800, lo que supone que cada día del último trimestre se han perdido casi 1.000 autónomos a diario. La EPA señala que de los 21.823.000 ocupados en España, 3.150.200 representan a los autónomos. Como demuestra la Encuesta de Población Activa en su informe presentado el pasado mes, correspondiente al tercer trimestre del año, la creación empleo se frenó considerablemente en los últimos meses, ya que, si echamos la vista atrás a los datos interanuales, el empleo creció un 2,98% en el primer trimestre, en un 2,01% en el segundo y un discreto 1,76% en este tercer trimestre.

Los datos del mes de septiembre y presentados el pasado octubre ya evidenciaban que las pequeñas y medianas empresas estaban pasando por un momento anómalo en España, que se agudiza aún más por las



Tienda de ropa tras el paso de la Dana. EFE

inundaciones, ya que esta situación empeorará en las Comunidades Autónomas afectadas por la DANA, ya que cientos de negocios y autónomos tendrán que hacer frente a gastos que no tenían y previstos, los que podría obligar a estos negocios a 'bajar la persiana' o paralizar su actividad por un tiempo hasta que la situación pueda normalizarse por completo.



Pedro Sánchez, presidente del Gobierno. EFE

## Las ayudas a autónomos y empresas quedan por debajo de los 850 millones

Las transferencias directas para las zonas afectadas por empezarán a cobrarse en menos de un mes, a contar desde el 5 de noviembre, y tendrán como único requisito facilitar el número de cuenta. Fuentes del sector creen que esta primera inyección es de momento “escasa” dada la destrucción ya sufrida

Esther Zamora.

**P**edro Sánchez anunció el pasado 5 de noviembre que desde el Gobierno de España destinarán 838 millones de euros en ayudas directas para empresas y autónomos con domicilio fiscal en las zonas afectadas. A la espera de una valoración oficial por parte de las patronales, las fuentes empresariales consultadas por elEconomista.es aseguran que la cuantía es “de momento escasa” y confían en que el Gobierno la eleve sustan-

cialmente en 2025. Estas ayudas directas irán desde los 10.000 euros hasta los 150.000 euros por empresa, y el montante se entregará en función del volumen de operaciones.

Desde Moncloa, el presidente del Gobierno explicó cómo se podrán solicitar las ayudas: “Para recibirlas bastará con indicar el número de cuenta y empezarán a cobrarse en menos de 30 días”, explicó

# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

Sánchez. Además, también ha declarado los municipios como zona catastrófica.

La red de ayudas anunciada por Sánchez, se verá compensada por la creación de una línea de avales de hasta 5.000 millones de euros, que será gestionada por el Instituto de Crédito Oficial (ICO), y que estará dirigida tanto a pequeñas y medianas empresas, como para autónomos, aunque también se han añadido a los hogares, una novedad que no incluyó el mecanismo que también se desplegó durante la pandemia de la covid-19.

Los solicitantes y afectados, podrán acceder a esta financiación a través de su banco, y los créditos contarán con la garantía del Gobierno, por lo que tendrán unas condiciones más favorables a las que se acceden por parte de los particulares. El objetivo que se persigue al poner a disposición estos préstamos es el de reequipar empresas, reabrir negocios o reparar viviendas.

El presidente del Gobierno confirmó que podrán comenzar a solicitarse a partir de la segunda semana de noviembre y el mecanismo desplegará una primera línea de financiación de 1.000 millones, que se irá ampliando hasta los 5.000 millones. "Esta es una cuantía similar a la que las empresas de toda la Comunidad Valenciana requirieron en crisis de la Covid", comunicó Sánchez.

Además, el Gobierno ha logrado cerrar un acuerdo con las entidades bancarias, que permitirá que congelar el pago de las cuotas de los préstamos adquiridos durante los primeros tres meses, y del pago

de los intereses de esos créditos durante los nueve meses siguientes.

Todas las familias y pymes que cuenten con una facturación de hasta 6 millones de euros, podrán beneficiarse de una moratoria de 3 meses del pago de intereses y de capital de su préstamo, y de 9 meses adicionales del pago del capital. "Un alivio total de un año que beneficiará a 30.000 empresas y a miles de hogares", explicó en el anuncio el jefe del Ejecutivo.

## Medidas por zona catastrófica

A parte de anunciar que destinará 838 millones de euros a las empresas y autónomos que vieron su negocio afectado, Pedro Sánchez también declaró los municipios golpeados por la Dana como zona catastrófica.

Este hecho hace que se puedan tomar medidas excepcionales por parte de las empresas y autónomos, cuya ubicación y residencia fiscal se ubique en dichas localidades.

Entre ellas, se darán ayudas a establecimientos industriales, mercantiles, agrarios, marítimo-pesqueros, turísticos y de otros servicios. Cuando el interesado sea indemnizado por el Consorcio de Compensación de Seguros, se podrá conceder una subvención de hasta el 7% de la cuantía de los daños indemnizables producidos por el siniestro, hasta el importe máximo de 9.224 euros.

Las producciones agrícolas y ganaderas que hayan sufrido pérdidas superiores al 30% de su produc-

## 1.000 M€

El ICO despliega una primera línea de ayudas para empresas basada en 1.000 millones

## 6 M€

Las pymes que facturan 6 millones se beneficiarán de una moratoria de 3 meses



Dueño de un bar limpiando el local tras las inundaciones de la Dana. EFE

ción, también podrán solicitar un paquete de ayudas compensatorias, con una excepción, que las explotaciones afectadas con producciones en período de suscripción del seguro y en el que no se hubiese formalizado la póliza, podrán ampararse siempre y cuando se hubiese contratado el seguro en la campaña anterior. En estos casos, se podrá conceder una subvención de hasta el 70% de los daños valorados por un perito colegiado, hasta un importe máximo de 8.000 euros.

En cuanto a los beneficios fiscales que podrán obtener las empresas y trabajadores por cuenta propia, destacan la exención del IBI y del Impuesto sobre Actividades Económicas.

Además, aquellos que ya habían realizado el pago, podrán pedir la devolución de las cantidades ingresadas. También estarán exentas de las tasas del organismo autónomo Jefatura Central de Tráfico y, por último, los autónomos podrán deducirse el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas las ayudas excepcionales por daños personales.

El BOE recoge que, debido a las exenciones de los impuestos, los ayuntamientos de los municipios que

**Los municipios que sufran una reducción de ingresos serán subvencionados por los PGE**

vean reducidos sus ingresos, serán compensados con ayudas y subvenciones que deberán recoger los Presupuestos Generales del Estado (PGE).

Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas y autónomos también podrán tomar medidas laborales y de seguridad social debido a la situación excepcional en la que se encuentran. Entre estas medidas, están las suspensiones de contrato, reducciones de jornada y los despidos colectivos que tengan su causa directa en los daños producidos por los siniestros.

Y, también tienen en cuenta que las empresas y los trabajadores por cuenta propia incluidos en cualquier régimen de la Seguridad Social puedan solicitar y obtener, previa justificación de los daños sufridos o de las pérdidas de actividad directamente derivadas de los siniestros, una moratoria de hasta un año, sin interés, en el pago de las cotizaciones a la Seguridad Social.

Todas estas medidas se encuentran recogidas en el Real Decreto-ley 11/2019 publicado en el Boletín Oficial del Estado en la primera semana de noviembre, a la espera de que se elaboren reglamentos específicos de los ministerios.

## Casos prácticos para entender los trámites y condiciones de las ayudas del Gobierno

### Empresas (o autónomos) con pérdida de actividad y su plantilla: mecanismos de protección.

Un empresario que ha suspendido su actividad podrá acogerse a los ERTE por fuerza mayor, que bonifican el 100% del pago de cotizaciones sociales. Las plantillas están blindadas de despidos y el periodo sin trabajar no cuenta para el cálculo de futuras prestaciones. Los autónomos podrán acogerse a la prestación por cese de actividad, una ayuda por valor del 70% de su base reguladora que también les exime de pagar cotizaciones. El plazo de solicitud es de dos meses

### Aplazamiento y moratoria de préstamos para hogares y pymes con hasta 6 millones de negocio

Los hogares y pymes con hasta 6 millones de volumen de negocio tendrán una moratoria de 3 meses en el pago de interés y, en total, el aplazamiento de un año en el pago del capital por préstamos concedidos.

### 'Contador a cero' con las obligaciones a la Seguridad Social

Las empresas podrán aplazar el pago de obligaciones a la Seguridad Social con un interés del 0,5% o bien recurrir a una moratoria del pago con un tipo de interés cero para las cotizaciones sociales.



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](http://www.bancosabadell.com/tarjetas).** Porque la vida cambia, nuestras tarjetas también.

**B Sabadell**  
Estar donde estés

# El 'impuestazo' al diésel golpeará a 130.000 transportistas profesionales

**Miles de autónomos de este sector quedarán fuera de las exenciones previstas en la nueva alza fiscal del gasóleo debido al pequeño tamaño de sus vehículos**

E. Zamora /P. García.

**E**l Gobierno de España terminó retirando el llamado impuestazo a las energéticas, pero el resto de planes fiscales prosiguió su curso como estaba previsto. Entre las medidas que se presentaron, se incluyen las enmiendas a la ley que regula la tasa global mínima en el Impuesto de Sociedades, en la que se ha recogido también una subida del tipo general en el diésel.

De esta manera, la propuesta legislativa del Ejecutivo prevé elevar el tipo general de este hidrocarburo de 0,307 euros por litro a 0,40069 euros/litro, lo que se traduce en una subida de 9,37 céntimos por litro. Dado que el IVA se aplica sobre el precio total –impuesto especial de hidrocarburos incluido– la subida será mayor, de 11,33 céntimos por litro. En teoría, el articulado de la ley excluye a todos los profesionales del sector, pero la realidad no será tan sencilla.

Desde la Federación Nacional de Asociaciones de Transporte de España (Fenadismet) denuncian que aproximadamente un tercio de la flota de transporte que se desplaza por carretera, unos 130.000 vehículos que no son de grandes dimensiones, corre el riesgo de encarecer su factura por encima de los 1.000 euros por transporte utilizado.

En esta misma línea también se expresó el presidente de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA), Lorenzo Amor, que criticó la posible subida al "impactar de manera directa a cientos de miles de autónomos": "Es un sablazo fiscal a los autónomos. Hay muchos sectores que no están bonificados y que van a tener que asumir la subida de costes directamente".

Además, el presidente de la asociación de autónomos ironizó con el gravamen al comentar que "no



María Jesús Montero, vicepresidenta primera y ministra de Hacienda. EFE

# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

es precisamente un impuesto a los ricos”, comentó Amor en su intervención. Por otro lado, Juan José Gil, secretario general de la federación de transportistas en España, aseguró que “aunque los vehículos de grandes dimensiones sí están cubiertos, la subida implicará una merma a la caja de los camioneros, ya que son ellos quienes deben adelantar los fondos antes de recibir las bonificaciones de la Administración Pública para paliar los efectos de la subida del impuesto”, alertó Juan José Gil.

Este aumento en los precios supone un impacto de entre 120 millones y 150 millones de euros al año, solamente teniendo en cuenta la potencial subida de en torno al 6% o 7% que plantea el Ejecutivo con los precios actuales. Cabe destacar que de los 1,372 euros/litro que costaba el pasado mes de septiembre el carburante, 0,617 euros eran impuestos. De ellos, 0,238 euros se recaudaron a través del IVA y 0,379 euros mediante el impuesto sobre los hidrocarburos.

Con este aumento de los impuestos, Hacienda podrá recaudar hasta 2.400 millones de euros, mientras que los transportistas y autónomos se pusieron en guardia ante el peligro del encarecimiento del transporte, que para los pequeños transportistas

**Los medios de transporte que usan diésel: 51% de los turismos 83% de furgonetas y 96% de camiones**

puede elevarse a unos 150 millones de euros aproximadamente. Según los datos de la Agencia Tributaria, el año pasado el consumo de gasóleo de automoción sujeto a tributación se situó en los 21.448 millones de litros.

## Precio que establece la UE

El Boletín Petrolero de la Unión Europea (UE) establece un precio medio del diésel en 1,56 euros/litro (los últimos datos de octubre lo colocan en 1,32 euros/litro), por lo que la factura de recarga de combustible en España el pasado mes ya rondó los 33.458 millones de euros.

De implementarse la subida de 11,33 céntimos, el precio de la gasolina rondaría los 1,67 euros/litro, superior al establecido por la UE, o lo que es lo mismo, un gasto de 35.888 millones, una diferencia de 2.430 millones de euros más con la hipotética subida que recaudaría Hacienda.

El Gobierno se vio forzado a retirar el impuesto extraordinario a las empresas energéticas, que vencía el próximo 31 de diciembre, por falta de apoyos, pero consiguió pactar con Junts y el PNV mantener el de la banca, pero también incluyó otras su-



Combustible diésel renovable. eE

bidas fiscales que afectan al diésel, a los vapeadores y al tabaco o a los grandes ahorradores.

No era la primera vez que el Ejecutivo trata de incluir la subida al diésel, ya que lo intentó equiparar con anterioridad a la fiscalidad del diésel y la gasolina, como reclama Bruselas, pero la medida ya fue rechazada en su momento por la oposición del Partido Nacionalista Vasco.

El argumento para defender esta subida fiscal está dirigida a combatir la contaminación que provoca el diésel, ya que una imposición más elevada lo en-



Camiones en la carretera. Luis Moreno

carecería y, por lo tanto, desincentivaría su uso por parte de los usuarios y trabajadores del sector transportes.

El diésel de automoción tiene un consumo tres veces superior al de la gasolina, cuyo uso rondó los 6.729 millones de litros el año pasado, según los datos de la Agencia Tributaria (AEAT).

Esto se debe a que el parque automovilístico español mayoritariamente usa diésel. Según los últimos datos disponibles de la Dirección General de Tráfico (DGT), el 51% de los turismos estaban impulsados por diésel, una proporción que incrementa al 83% en el caso de las furgonetas y al 96% en el de los camiones.

La enmienda que ha pasado el Congreso de los Diputados no incluye el transporte profesional, que disfruta de una bonificación a final de año de parte de los pagos en combustibles que realizan en sus actividades comerciales.

### El parque se mantiene diésel

El parque automovilístico español usa mayoritariamente el diésel y representaba hace diez años, en 2014, cerca del 70% de las nuevas matriculaciones, una tendencia que ha ido tornándose en favor de los vehículos de gasolina e híbridos en los últimos años, que ha reducido su cuota de nuevas matricu-

laciones por debajo del 10%, según los datos ofrecidos en septiembre por parte de las patronales.

Con datos de septiembre, las matriculaciones de los eléctricos, híbridos y otras propulsiones fueron del 59%, mientras que la gasolina se ubicó en el 32,1%.

# 70%

El parque automovilístico español que utilizaba diésel en 2014 representaba el 70%

La subida de los impuestos al diésel fue criticada por fuentes empresariales cercanas a elEconomista.es, que califican la subida del precio del carburante de "una absoluta barbaridad" que influirá directamente en los costes a los que tendrán que enfrentarse directamente los transportistas y autónomos, ya que la normativa del Gobierno "deja fuera de las bonificaciones a un sector por el reducido tamaño de sus vehículos".

Con todo, las fuentes empresariales también criticaron la falta de transparencia por parte del Gobierno: "que aprobó la subida del impuesto a pesar de la tragedia de la DANA".

# 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](http://franquicias.alcampo.es)



 **Alcampo**

**Sergio Zambrini**

Director de Franquicias de Banco Sabadell

## La presión fiscal sobre las pymes y los autónomos en España

**L**a presión fiscal en España para pymes y autónomos es un tema que suscita un amplio debate y preocupación en la sociedad, sobre todo porque son los grandes motores de empleo y crecimiento económico del país.

Las pymes y los autónomos, representan más del 99% del tejido empresarial español y aproximadamente el 70% del empleo. A diferencia de las grandes empresas, que suelen contar con recursos para optimizar su carga tributaria, los pequeños negocios y los trabajadores autónomos enfrentan cargas fiscales que muchas veces no se corresponden con su capacidad contributiva ni con los beneficios de los servicios que reciben a cambio.

La Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme) ha señalado que la presión fiscal normalizada en función de la renta para estos colectivos es un 53% mayor que el promedio de la Unión Europea. Este dato no solo es alarmante, sino que también refleja un entorno fiscal que, en lugar de fomentar el emprendimiento y la competitividad, parece estar ahogando a los pequeños negocios.

Dentro de los criterios o principios que deberían regir un sistema tributario ideal están los principios de Eficiencia Económica y el de Sencillez Administrativa. En el marco fiscal de las pymes y los autónomos en España, los impuestos no deberían generar distorsiones que impliquen una pérdida de eficiencia en la asignación de los recursos, debiéndose potenciar impuestos más eficientes que contribuyan al desarrollo y a la competitividad. Asimismo, el cumplimiento de las cargas tributarias debería implicar costes de cumplimiento menos gravosos.

Analizando la presión fiscal en España para pymes y autónomos podemos decir que ésta se manifiesta en varios frentes. Por un lado, las cotizaciones sociales representan una carga significativa para las pymes y los autónomos, lo que puede desincentivar la contratación, además de aumentar los costes laborales. Según el Instituto de Estudios Económicos las cotizaciones a la Seguridad Social representan una carga significativa, especialmente para los autónomos, donde la cuña fiscal (efecto conjunto del IRPF y las cotizaciones sociales) alcanza el



# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

40%, cinco puntos por encima de la media de la OCDE. Las altas cuotas de Seguridad Social desalientan la formalización de ciertos negocios o pueden llevar a los trabajadores a operar en la economía sumergida.

El impacto de esta economía informal repercute en los ingresos fiscales del Estado y socava la confianza en el sistema. Por otro lado, el Impuesto de Sociedades en España es considerablemente elevado en comparación con otros países de la UE, lo que reduce la capacidad de reinversión y crecimiento de las empresas. Este impuesto es uno de los más gravosos para las empresas en España, situándose entre los cinco más altos de la OCDE.

Según Cepyme, la competitividad de España ha sufrido un importante deterioro, situándose a la cola en cuanto a atractivo fiscal entre las grandes economías del mundo. Este entorno desfavorable no solo afecta a la supervivencia de los negocios existentes, sino que también desincentiva la creación de nuevas empresas.

En España, aproximadamente el 50% de las empresas de nueva creación no sobreviven más de cinco años, y la carga impositiva podría ser una de las razones de esta alta tasa de mortalidad empresarial. La consecuencia directa de esta presión fiscal podría tener como consecuencia un deterioro en la competitividad de las empresas españolas.



■  
**En España, alrededor del 50% de empresas de nueva creación no sobreviven más de cinco años**  
 ■

Ante este panorama, Cepyme, así como el Consejo General de Economistas (CGE) han planteado una serie de demandas que buscan aliviar la carga fiscal y burocrática sobre las PYMES y los autónomos. Entre las propuestas destacan la reducción de la presión fiscal, la disminución de las cotizaciones sociales y la simplificación del Impuesto de Sociedades.

Por otra parte, mencionar que además de la carga fiscal, la burocracia y los trámites administrativos también representan un desafío considerable para las pymes y autónomos en España. Con estas medidas propuestas, no solo se ayudaría a mejorar la competitividad de las empresas españolas, sino que también fomentarían el ahorro y la atracción de inversiones.

Como reflexión final, es evidente remarcar que la presión fiscal actual sobre las pymes y los autónomos en España es elevada y requiere de una revisión urgente. Un entorno fiscal más favorable no solo beneficiaría a los pequeños negocios, sino que también impulsaría el crecimiento económico y la creación de empleo en el país, promoviendo un entorno más justo y competitivo para todos.



iStock

# Junts logra nuevas deducciones para las pymes en la reforma fiscal

Las enmiendas del PSOE sobre las tasas a banca y energéticas sorprenden con novedades tributarias para las firmas de más pequeño tamaño. Entre ellas, el partido independentista incluye una desgravación de hasta el 30% en Sociedades para las firmas que destinen parte del beneficio a inversiones

José Miguel Arcos.



Miriam Noguera, portavoz de Junts en el Congreso. EP

Las pymes acaparan protagonismo en la reforma fiscal del Gobierno, aprovechando las enmiendas planteadas el mes pasado sobre los impuestos extraordinarios a bancos y energéticas. En concreto, las enmiendas de Junts también se alejaron del foco de la gran empresa, el mantenimiento de la tasa sobre la banca o el fin del impuestazo a las energéticas, y proponen un paquete fiscal para beneficiar a las pymes y microempresas. Rebajará progresivamente el impuesto de Sociedades hasta 2027, aplicando un tipo del 17% en el primer tramo de 50.000 euros a las micropymes y un 20% con carácter general. También propone una deducción de hasta el 30% que premia a aquellas que generan puestos y aumenten su tamaño.

Conscientes de que el tejido empresarial catalán, y del país, está formado mayoritariamente por las pymes, desde Junts valoran a su iniciativa como una apuesta para preservar la actividad empresarial en la región. Supondrá un ahorro de 9.500 millones a nivel nacional (2.500 millones en Cataluña) para las empresas que facturan hasta 10 millones. Desde la patronal del sector a nivel estatal, Cepyme, están valorando el alcance de las medidas propuestas en el paquete de enmiendas. En Cataluña, el presidente de organización empresarial Pimec, Antoni Cañete, mostró su agradecimiento a Junts por hacer realidad una reclamación histórica.

## Volumen de negocio menor a 1 millón

Las empresas con un volumen neto de negocios inferior a 1 millón de euros tendrán un tipo impositivo rebajado desde el 23% actual. El primer tramo que grava hasta 50.000 euros estará gravado al 21% en 2025, y el resto de base imponible lo hará al 22%. En 2026, el tipo aplicado sobre Sociedades pasará al 19% en el primer tramo de 50.000 euros y el resto quedará ubicado en el 21%. En 2027, el primer tramo de 50.000 euros tendrá aparejado un tipo del 17%, mientras el resto tendrá un tipo del 20%.

## Volumen de negocio de 1 a 10 millones

Las pequeñas y medianas empresas también contarán con una rebaja fiscal ajustada a su tamaño y volumen de negocio. Las pymes con un volumen



Cálculo de impuestos. iStock

neto de negocios de 1 a 10 millones de euros tendrán una rebaja en Sociedades progresiva hasta 2027. El tipo que se aplica del 25% actualmente pasará al 24% en el 2025, al 23% en 2026, al 22% en 2027, al 21% en 2028 y al 20% en 2029.

### Deducción por reinversión

La propuesta de Junts apuesta por las pymes y micropymes que cosechen beneficios y reinviertan el capital para la creación de empleo, premiando a las que generen más puestos de trabajo. Estas bonificaciones en capital humano tendrán su premio fiscal para las empresas.

Las sociedades con un volumen de negocios inferior a 1 millón de euros que aumenten su plantilla entre un 2% y un 5% tendrán una bonificación en la base de Sociedades del 23%. Las que aumenten sus plantillas del 5% al 10% contarán con una deducción del 26,5% sobre la base. Y para quienes creen un 10% más de puestos habrá una rebaja del 30% sobre la base. Limitará al 25% la deducción de la base imponible del impuesto de Sociedades. La deducción por aumento de plantilla será similar a las microempresas con facturación de hasta 1 millón de euros, con un matiz: el límite estará fijado en el 20% de la base imponible.

Finalmente, las empresas que tienen una cifra de negocios de más de 10 millones de euros tendrán la misma deducción en la base imponible del impuesto de sociedades. La formación catalana quie-

re conseguir que las pymes aumenten progresivamente el tamaño de sus plantillas con un incentivo fiscal que beneficie este progreso.

### mutualistas y cotizaciones sociales

Dentro del acuerdo, Junts ha incluido una enmienda para frenar la tasa que el Gobierno quería imponer a las mutuas. El Gobierno quería sacar adelante este impuesto que iba a afectar a 2,7 millones de catalanes que tienen contratada una mutua sanita-

# 9.500

Millones de euros es el ahorro fiscal que Junts estima para las pymes gracias a sus enmiendas

ria con una subida del 8%. Con estos acuerdos "se han salvado inversiones de más de 1.100 millones de euros para el tejido industrial de Cataluña, así como los lugares de trabajo vinculados", apunta el diputado de Junts Josep María Cruset. El PSOE, junto a Junts, también quiere que los clubes deportivos sin ánimo de lucro puedan contratar entrenadores para menores de 18 años sin tener que pagar las cotizaciones sociales que conlleva formalizar una relación laboral. Bonificaría el 100% de las cotizaciones de los entrenadores que forman o entrenan a menores de 18 años en clubes o entidades deportivas sin ánimo de lucro.

# Calviño anuncia un segundo 'megafondo' del BEI para emprendedores tecnológicos

**El vehículo financiero 'Kembara', especializado en este sector en España ha movilizado cerca de 350 millones de euros, según explicó la presidenta del Banco Europeo de Inversiones**

Esther Zamora.

La presidenta del Banco Europeo de Inversiones, Nadia Calviño, anunció el pasado 30 de octubre, en la Jornada *Tech Champions Made in Europe*, que el Banco Europeo de Inversiones (BEI) financiará un segundo megafondo para España en 2025.

La medida también contará con el apoyo de la *European Tech Champions Initiative* (ETCI): "El año que viene se prevé agotar los 3.000 millones de euros que nos habíamos planteado", así lo anunció Nadia Calviño, exministra del Gobierno de España.

Hasta el momento, la European Tech Champions Initiative ha invertido unos 350 millones de euros en el fondo de inversiones Kembara, el megafondo español para apoyar a *startups* tecnológicas. Además, la que fue ministra en España, remarcó que en el país, a través de los fondos apoyados por ETCI también han invertido 234 millones de euros en otras dos empresas españolas.

Se trata de Inke y Factorial. La primera, dedicada al desarrollo y fabricación de principios activos farmacéuticos. Y la segunda, es una empresa digital que dedica su actividad económica a ofrecer recursos humanos, consolidando de esta manera su crecimiento y desarrollo.

A nivel europeo, la magnitud de los fondos apoyados por ETCI son de 2.000 millones invertidos y 10.000 movilizados.

Por último, en la jornada celebrada también estuvo presente el ministro de Economía, Carlos Cuerpo, quien realizó la clausura del acto y aprovechó para anunciar 300 millones de euros más que irán a cargo del Ministerio de Transformación Digital a ETCI, que aseguró que "se aprobará en el Consejo de Ministros". "Con esta nueva aportación al ETCI, España apuesta por consolidar su papel en el impulso de la tecnología y la innovación, asegurando que Europa mantenga una posición de liderazgo en el panorama global. Este esfuerzo refuerza la colaboración europea, vital para enfrentar los retos futuros, y asegura un ecosistema sostenible para el desarrollo de



Nadia Calviño, presidenta del Banco Europeo de Inversiones. eE

las empresas más innovadoras del continente", sentenció Carlos Cuerpo.

La nueva inversión se une a los 700 millones de euros que ya se habían destinado desde España a la iniciativa del Banco Europeo de Inversiones.

**Cuerpo anuncia que España destinará 300 millones a la iniciativa 'Tech Champions'**

Desde su lanzamiento en el año 2023, ETCI ha cerrado acuerdos con fondos en Europa por un valor de 2.000 millones y ha conseguido movilizado cinco veces esa cantidad, hasta llegar a los 10.000 millones de recursos públicos y privados para invertir en empresas tecnológicas en fase de crecimiento.



**¿Eres una pyme  
de entre 10 y menos de 250 empleados?**

**Solicita tu ayuda para la contratación  
de Servicios de Asesoramiento digital**

## Juntos hacia un futuro digital

Kit Consulting es un programa de ayudas del Gobierno de España, gestionado por Red.es y financiado por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia a través de los fondos Next Generation EU. El objetivo de este programa es que las pymes de entre 10 y menos de 250 empleados den un paso más en el camino de su digitalización a través de la contratación de servicios de asesoramiento.

Más información: 900 223 322 y en [www.acelerapyme.es](http://www.acelerapyme.es)

# Una 'startup' española, pionera en experiencias inmersivas de Fórmula 1

**Scott & Irwin destaca en la exposición internacional más prestigiosa relacionada con este deporte, que ya ha celebrado ediciones en grandes capitales como Viena o Madrid**

Esther Zamora.

La historia de Scott & Irwin es un ejemplo perfecto de cómo una empresa emergente puede acelerar su marcha si toca la tecla adecuada. Esta compañía ha irrumpido en el mercado global de la tecnología inmersiva dándose a conocer en la exposición oficial de la Fórmula 1, pues está detrás del salto en digitalización que ha dado este evento itinerante e internacional.

La empresa nació en enero, tras un periodo de incubación de apenas nueve meses, impulsada por un grupo de profesionales que había coincidido y congeniado en proyectos del mundo de la creatividad, la publicidad y la tecnología. Pero ¿cómo llegó la F1 a su mesa de trabajo? Iban Lozano, ceo de Scott & Irwin cuenta que, tras las ediciones de Madrid y Viena, los organizadores de la exposición detectaron que el público demandaba experiencias interactivas: "La muestra es impresionante, están los coches más míticos, los trajes que han llevado todos esos pilotos que son leyenda; sin embargo, en las dos primeras ediciones el público no podía tocar nada. La organización se dio cuenta de que esto era una carencia notable para un evento de estas dimensiones y quisieron aumentar la conexión con sus seguidores". La *startup* tuvo la oportunidad de presentar varias propuestas de experiencias digitales inmersivas de cara a la edición de Toronto y la organización seleccionó tres; y para Londres, han incorporado una cuarta. Y es que, gracias a la tecnología desarrollada por Scott & Irwin, el público puede meterse en la piel de pilotos profesionales y probar sus reflejos en un juego de reacción. "Ese es nuestro trabajo, transformar el mundo real en un mundo digital y llevarlo a diferentes plataformas, intentando convertirlo en una experiencia inmersiva que logre un efecto WOW. Eso es lo que queremos que nuestros clientes digan cuando les mostramos nuestro producto y lo que buscamos que experimenten las personas que las utilizan", explica Lozano.

La firma vasca nació enfocada a diferentes ámbitos como el industrial, el *healthcare*, el *retail* o el educativo, pero ha sido el mundo del motor el que ha supuesto el trampolín de salida. Ha trabajado para Mercedes Benz "dando vida" a sus próximas insta-



Experiencias de los usuarios en la exposición de la Fórmula 1. Scott & Irwin

laciones de fabricación en España y para e& (Etisalat and), a quien digitalizó un Aston Martin que permitía al usuario volar por el circuito Yas Marina, en Emiratos Árabes.

La clave de este rápido ascenso está, según Lozano, en la rapidez y eficacia con la que desarrollan

**Scott & Irwin ha trabajado para Mercedes y digitalizado un vehículo de Aston Martin**

sus productos y un algoritmo que permite exportar de forma muy rápida a diferentes plataformas. El cliente solo tiene que enchufar y darle un botón, lo que las convierte en herramientas accesibles y fáciles de implementar.

## Financiación

### El Gobierno concede 69 millones en digitalización a pymes turísticas



La Secretaría de Estado de Turismo ha aprobado la concesión definitiva de la segunda convocatoria del programa de ayudas *Última Milla* para la digitalización de las pymes turísticas, por valor de 69 millones de euros a un total de 300 proyectos que han sido presentados por cerca de 400 beneficiarios.

Según informó el Ministerio, el objeto de las ayudas es financiar la implementación de proyectos tecnológicos singulares y transformadores en las empresas turísticas. De esta manera, las ayudas persiguen el objetivo de que las empresas del sector turístico, en su inmensa mayoría pequeñas y medianas, avancen hacia una digitalización inteligente.

Precisamente, impulsar la digitalización o transición digital del turismo es uno de los objetivos principales del Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, juntamente con la transición verde y la triple sostenibilidad.

Este plan, articulado a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España y financiado con fondos *Next Generation*, está dotado con 3.400 millones de euros. Se estructura en torno a cuatro ejes –sostenibilidad, digitalización, competitividad y resiliencia de los territorios extrapeninsulares– y prevé ayudas tanto para el sector público como para el sector privado.

## Mercados asiáticos

### Desigual entra en China y abre su primera tienda en Shanghái



La marca de moda Desigual reforzará su presencia en China con la apertura de su primera tienda física en Shanghái, que será también la tercera de la enseña en el país asiático. El establecimiento cuenta con 230 metros cuadrados, con presencia de las secciones Woman y Accesorios. El director general de Desigual para Asia Pacífico, Balázs Krizsanyik, ha destacado que la estrategia de la marca es fortalecer su posición en mercados prioritarios, al tiempo que continúan con la renovación de toda la red de tiendas. En esta línea, Desigual se ha marcado Asia como una "zona prioritaria" para llevar a cabo su expansión internacional, ya que Japón es hoy en

día el principal mercado fuera de Europa.

Desigual firmó en 2022 un acuerdo de *joint venture* con un socio local chino para ampliar el comercio en línea y plantear la apertura de tiendas propias y franquicias. El objetivo es alcanzar los 40 millones de euros de facturación de cara a 2027, de los que la mitad deben proceder del negocio *online* y la otra, de las ventas en tiendas físicas.

Además de Shanghái y Pekín, la compañía quiere abrir hasta 60 establecimientos en las principales zonas comerciales de las grandes urbes chinas.

## Nuevas marcas

### The Fitzgerald Burger se lanza al mundo de la franquicia en España



The Fitzgerald Burger Company, una de las marcas de hamburgueserías más innovadoras del país, ha anunciado su apertura al mundo de las franquicias, ofreciendo a emprendedores la oportunidad de unirse a su exitoso modelo de negocio. Tras más de una década de consolidación en el mercado español, con 28 restaurantes en funcionamiento y ambiciosos planes de expansión, The Fitzgerald busca socios que compartan su visión de calidad, experiencia y excelencia operativa.

Las condiciones que marca la compañía para hacerse con una de sus franquicias pasan por el pa-

go de una entrada de 30.000 euros, firma de un contrato de 10 años, obligación de invertir como mínimo 500.000 euros, lograr una facturación de un millón y contar con un local de 300 metros cuadrados. Todo ello, centrado en ciudades con más de 100.000 habitantes.

El lanzamiento al mundo franquiciado por parte de Fitzgerald refuerza una ambiciosa estrategia de expansión, con la que esperan duplicar su número de locales en los próximos años, manteniendo su compromiso de ofrecer algo más que una simple comida, una experiencia completa.

**Victoria Miravall**

Product Strategy Director en Wolters Kluwer Tax & Accounting  
Europe South Region

## Externalización de la nómina: una estrategia para mejorar la eficiencia de la gestión laboral

La gestión laboral constituye un pilar fundamental en cualquier empresa, ya que incluye elementos clave que van desde la contratación, el desarrollo profesional, el cumplimiento de las normativas y el bienestar de los empleados hasta la elaboración de nóminas, considerado uno de los más críticos, ya que no representa únicamente una compensación por el trabajo realizado, sino que refleja la seriedad y estabilidad de las organizaciones.

La precisión y puntualidad en el pago de los salarios, la correcta aplicación de deducciones y beneficios y el cumplimiento de las obligaciones fiscales son aspectos indispensables que requieren una atención meticulosa. Así, la gestión de las nóminas es esencial para el funcionamiento de las empresas y para mantener equipos de trabajo comprometidos y productivos.

Hace unos meses, tratábamos en esta misma sección las ventajas y los inconvenientes de la internalización de la gestión de las nóminas; hoy, vamos a analizar si es mejor derivar su elaboración a especialistas externos, asegurando así mayor eficiencia, precisión y conformidad normativa, y permitiendo a las empresas centrarse en el crecimiento de su negocio.

Según un informe de Grant Thornton España, tras la pandemia, el 40% de las empresas españolas ha externalizado algún tipo de servicio, destacando especialmente las áreas de recursos humanos y contabilidad. En esta misma línea, los datos de la última edición del Barómetro de la Asesoría, realizado por Wolters Kluwer, revelan que las soluciones de nómina ocupan un destacado primer lugar en el ranking de herramientas tecnológicas más usadas, con el 74,8% de los despachos profesionales que las emplean para ofrecer este servicio a sus clientes.

Externalizar la gestión de nóminas ofrece múltiples ventajas. En primer lugar, contar con un equipo de expertos asegura la precisión y el cumplimiento normativo, reduciendo errores. Además, permite a la empresa concentrarse en su propio negocio, dedicando más tiempo y recursos a actividades estratégicas y generadoras de valor. La externalización también aporta flexibilidad y escalabilidad, adaptándose a las necesidades cambiantes de la empresa sin los desafíos de



tener que gestionar recursos internos adicionales. Asimismo, los profesionales externos están siempre informados y actualizados, ya no solo en relación con las nuevas leyes laborales, sino también en las últimas tendencias tecnológicas.

No obstante, externalizar la gestión de nóminas también presenta desafíos. La pérdida de control directo sobre este proceso puede generar incertidumbre y preocupaciones sobre la calidad del servicio proporcionado por el proveedor.

Los responsables de recursos humanos pueden sentirse vulnerables al depender de un tercero para una gestión tan importante, o pensar que el experto no actuará con el mismo interés que un empleado de la compañía. La necesidad de una colaboración estrecha con la empresa externa, así como de una comunicación constante, también puede ser un problema si el proveedor no cumple con las expectativas. De la misma forma, en caso de querer reinternalizar el proceso, la pérdida de conocimiento interno sobre la gestión de nóminas durante la externalización también podría ser perjudicial.

En cualquier caso, la elección sobre externalizar o mantener internamente la gestión de nóminas es una decisión estratégica de la empresa, que tendrá que considerar cuestiones como el tamaño del negocio, los recursos disponibles, las regulaciones aplicables y la estrategia global de la organización.



■  
**Los responsables deben realizar un análisis de resultados para evaluar la viabilidad financiera y considerar los recursos**  
 ■

Y, en este proceso de decisión, los responsables deben realizar un análisis coste-beneficio para evaluar la viabilidad financiera, considerar los recursos humanos disponibles para gestionar internamente las nóminas, elaborar un estudio de *compliance* para asegurar que todas las obligaciones legales se puedan cumplir, así como realizar un alineamiento estratégico para asegurar que la decisión final esté en consonancia con los objetivos empresariales. Además, consultar a expertos puede proporcionar una perspectiva de valor, y realizar una evaluación de riesgos detallada ayudará a anticipar posibles problemas.

La gestión laboral, y particularmente de las nóminas, constituye un aspecto vital para el funcionamiento eficiente de cualquier empresa. La decisión de externalizar este proceso o mantenerlo interno siempre deberá alinearse con la visión y objetivos de la organización: una gestión de nóminas bien administrada reforzará la estabilidad financiera y operativa de la organización, contribuyendo al éxito, crecimiento y sostenibilidad a largo plazo de la empresa.



# El 60% de las empresas prevé en 2025 un incremento de sus ventas

**Las compañías identifican el incremento de costes laborales, la presión fiscal y la escasez de mano de obra, como los aspectos que pueden incidir en su actividad empresarial**

elEconomista.es.

**S**eis de cada diez empresas se sienten muy o bastante optimistas respecto a la evolución de sus negocios al ser consultadas sobre su previsión para el conjunto de 2024, y además, cerca del 60% también prevé un crecimiento significativo en sus exportaciones y ventas nacionales así como un aumento en la creación de empleo (33,3%) para 2025.

Lo refleja el Estudio de Clima Empresarial de la Cámara de Comercio de España en colaboración con Sigmados, que también recoge que el optimismo tiende a aumentar junto con el tamaño de la empresa, destacando sectores como la construcción, el turismo, la hostelería y la restauración, entre los más favorables.

En el otro lado, las empresas del sector agroalimentario son las que en mayor porcentaje han empeorado sus previsiones para este año.

El optimismo empresarial se fundamenta en la recuperación de la demanda interna y en la apertura de nuevos mercados internacionales. Sin embargo, las empresas también expresan preocupaciones sobre el impacto en su desempeño futuro con la subida de los costes laborales y de la presión fiscal.

De hecho, y en relación con su situación actual, un 39,4% de las empresas señala el incremento de los costes laborales como el mayor riesgo que enfrenta, seguido por la escasez de mano de obra (39%).

Y a pesar del clima optimista por parte de las empresas, un 43,8% de los encuestados identifica la situación sociopolítica en España como un factor de riesgo significativo que podría afectar las expectativas de crecimiento.



José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España y Rosa Díaz, directora general de Sigma Dos. CCE

Además, un 26,6% también señala la evolución de los precios de la energía y las materias primas como un factor que podría tener un impacto negativo en la evolución de la economía española. El mismo porcentaje menciona la persistencia de la inflación como otra amenaza significativa. También se subraya el impacto de las tensiones geopolíticas internacionales, por parte de un 23,1% de los encuestados.

El Estudio de Clima Empresarial refleja un optimismo notable entre las empresas españolas. Más del 57% prevé un buen ejercicio en 2025, lo que permite anticipar un crecimiento sostenido de nuestra economía durante el próximo año.

Sin embargo, no podemos ignorar la preocupación existente por la incertidumbre política y la inflación", asegura José Luis Bonet, presidente de Cámara de España, "es fundamental que trabajemos juntos para crear un entorno que fomente la confianza y apoye a las empresas en su camino hacia la modernización y la transformación".

### Conocimiento de los fondos 'NextGen'

Además, la encuesta revela que el grado de conocimiento sobre los fondos de recuperación *Next Ge-*

**El 60% de las empresas conoce los fondos 'NextGen', lo que supone un 4% más interanual**

*neration EU* sigue en aumento. El 60,6% de las empresas conoce los fondos, lo que supone un incremento de 4 puntos porcentuales en un año, siendo las empresas de 50 a 99 empleados y de los sectores industrial, agroalimentario y resto de servicios las mejor informadas de su existencia. Asimismo, un 55,2% de las empresas sabe acceder a estos fondos, lo que representa un incremento de más de 13 puntos porcentuales respecto al año anterior y un 25,6% ha solicitado ya estas ayudas. Entre quienes los han solicitado, el 57,1% afirma que la experiencia ha sido satisfactoria.

Aunque un 49% de las empresas muestra escepticismo sobre la capacidad de los fondos *Next Generation* para transformar y modernizar el tejido empresarial español, un 18,4% confía mucho o bastante en su potencial transformador. Además, un 34,4% confía poco en su capacidad, mientras que un 14,5% no tiene confianza en que estos fondos alcancen su objetivo.

Para la elaboración del Estudio de clima Empresarial en España se realizaron 2.003 encuestas distribuidas proporcionalmente por CCAA, sector de actividad y número de empleados.



Aumento de las ventas. iStock

**Álvaro Dexeus**

Director de Pleo para el sur de Europa

## La gestión del gasto, la pesada mochila que ralentiza a las pymes españolas

Las pymes siguen siendo el motor económico de la economía española, con un 65% del PIB nacional y responsables de generar siete de cada diez puestos de trabajo. Su importancia en el tejido empresarial es inquestionable y sus esfuerzos por digitalizarse notorios. Según nuestros datos el 81% de las pymes está llevando a cabo un proceso de transformación digital, pero muchas de ellas aún no cuentan con un sistema de gestión del gasto automatizado que permita agilizar su actividad. Lo cierto es que los sistemas tradicionales, las populares hojas de Excel que sobreviven a la digitalización, dificultan su crecimiento y acarrearán más problemas que beneficios.

Para empezar, la carga administrativa es mucho mayor, el manejo manual de informes de gastos, el procesamiento de facturas y la conciliación de transacciones conllevan una gran carga administrativa que requiere tiempo y esfuerzo, exactamente una media de 5,4 horas al mes, el equivalente a más de 8 días laborables al año. Además de la multitud de riesgos y errores que implica. La pérdida de recibos, duplicidades y errores son muy comunes entre las empresas de menor tamaño. En España, el 94% de los equipos de finanzas afirman haber recibido al menos una vez facturas duplicadas y el 31% de ellos reconoce haber pagado accidentalmente la misma factura dos veces. Lo que inevitablemente se traduce en falta de visibilidad financiera, problema que afecta al 58% de las empresas españolas y que implica no poder tomar decisiones informadas en tiempo real, algo que sí permiten los sistemas modernos y sí hacen las grandes corporaciones. Quizá por ello, estas se adaptan mejor y más rápido a los cambios regulatorios, mientras que las pymes sufren para adaptarse a nuevas tecnologías y regulaciones, como es el caso de la ley Crea y Crece y la llegada de la facturación electrónica obligatoria. En España el 68% de las pymes confía en que la implementación de la facturación electrónica supondrá un ahorro en cuanto a recursos, tiempo y presupuesto, pero apenas la mitad (57%) asegura conocer la nueva ley y cómo afectará a su negocio.

Y, para terminar, el consecuente impacto en los empleados. En España el 70% de los empleados que tienen gastos de empresa utilizan su propio di-



nero para pagarlos, desembolsando de media 106 euros por transacción entre 3 y 4 veces al mes, lo que equivale a algo más de 5.000 euros anuales por empleado. Una carga económica y mental que no solo lastra el bienestar de los empleados que tiene que esperar pacientemente a que la empresa les reembolse lo abonado, sino que además imposibilita que esta lleve un buen control sobre el destino de los recursos.

Por eso, la integración con sistemas de contabilidad y la gestión de pagos de facturas y suscripciones desde una única plataforma son cruciales para el crecimiento de las pymes.

Lo sabe bien Borja Sánchez-Cabezudo, CFO de Pastelería Mallorca e impulsor de la evolución digital de la compañía. Para Borja, la digitalización de la gestión financiera de la empresa les ha permitido ahorrar tiempo y esfuerzo, pero también tener un mayor control y visión sobre lo que sucede en su negocio. Lo que se traduce en ir un paso por delante de la competencia. Y es que hoy en día es fundamental contar con una herramienta adecuada de gestión de gastos que te ofrezca datos en tiempo real y te permita tomar decisiones informadas.



■  
**Las tareas administrativas suponen a las empresas la pérdida de 5,4 horas mensuales, lo que corresponde a 8 días al año**  
 ■

Desde Pleo queremos animar a todas las pymes españolas a seguir su ejemplo y romper con los procesos manuales ineficientes y dar el salto hacia la digitalización de los gastos. La temporada estival, con una menor actividad, es la época perfecta para analizar qué procesos consumen más tiempo y dónde hay un solapamiento de tareas. Las soluciones automatizadas existentes permiten capturar los datos de los recibos en el momento de la compra, facilitando la generación de informes de gastos más precisos y reduciendo la necesidad de correcciones manuales. Apostar por un modelo de gestión de gastos moderno y automatizado ofrecerá a las empresas una mayor eficiencia operativa y una mejor administración financiera en un entorno empresarial cada vez más digitalizado. Gracias a las soluciones automatizadas existentes y las herramientas de inteligencia artificial, las empresas podrán no solo ahorrar tiempo y recursos si no también liberar a sus equipos para que puedan centrarse en cuestiones más estratégicas con datos en tiempo real.



## CARLOS FERNÁNDEZ

Consejero delegado de Telespazio Ibérica



*“Atraer y retener talento es uno de los retos que se están encontrando las empresas tecnológicas”*

Telespazio plantea como sus principales objetivos de cara a los próximos años, cuando prevé multiplicar su crecimiento, ganar puestos dentro del sector aeroespacial y reforzar su papel como actor relevante en el área. Desde la compañía aseguran que esas metas pasan por ampliar su tamaño y el volumen de negocio

Esther Zamora. Fotos: eE

Telespazio Ibérica está viviendo un momento único y tiene por delante una gran capacidad de crecimiento en el sector aeroespacial. La filial, que agrupa tanto España como Portugal, apunta a cerrar el año con cifras récord. Su consejero delegado, Carlos Fernández de la Peña, aborda la realidad del sector y explica el giro que ha dado a la estrategia de crecimiento desde que llegó hace dos años a la compañía.

### ¿Cuál es la posición de Telespazio Ibérica hoy?

Somos la empresa líder en España en geoinformación y navegación por satélite; por ejemplo, en la gestión de infraestructuras críticas, emergencias y catástrofes naturales. También estamos a la vanguardia en otros sectores como el diseño y desarrollo de sistemas espaciales, la gestión de servicios de lanzamiento y control de satélites en órbita.

Y ahora estamos convirtiendo a España en un referente de la industria y de la tecnología con vehículos aeronáuticos y aeroespaciales como drones y pseudosatélites (HAPs y MALE).

### ¿Cuáles son los principales retos que tiene una empresa grande como Telespazio Ibérica?

El objetivo que tenemos es seguir ganando peso en el sector espacial español y reforzar nuestro papel como un actor relevante en el mismo.

Esto pasa obligatoriamente por ganar tamaño y volumen de negocio. Lo estamos haciendo combinando dos mentalidades que son en apariencia muy distintas, pero que en la práctica aportan lo mejor de cada mundo. El peso, la fuerza y el conocimiento de una gran empresa; con la agilidad, la rapidez y la capacidad innovadora de una *startup*. Somos una empresa grande que ha adoptado la men-

tre, pero por las cifras adelantadas que estamos manejando y teniendo en cuenta que aún hay varios proyectos que están por cerrar, le puedo asegurar que tendrá un impacto significativo en la cuenta de resultados. De hecho, esperamos terminar el año con el objetivo de multiplicar al menos por tres el tamaño de la compañía. Esta estrategia nos está permitiendo consolidarnos y hacerlo de una forma más rápida que antes.

### ¿Cuáles son los principales retos que se está encontrando?

Atraer y retener talento es, sin duda, uno de los retos que se están encontrando en la actualidad las empresas tecnológicas como Telespazio Ibérica. Estamos en un ecosistema donde existe una elevada competencia y que demanda una alta exigencia de formación y experiencia a los candidatos del sector espacio.

No obstante, lo estamos superando sumando el atractivo de un sector como el aeroes-

**“Europa debe trabajar en el sector aeroespacial para ganar terreno a Estados Unidos”**

**“Esperamos terminar el año con el objetivo de multiplicar por tres los resultados de la compañía”**



talidad de una *startup* para crecer y diversificar.

### ¿Cómo planean lograr esos objetivos?

Además de esta mentalidad lo estamos haciendo a través del crecimiento orgánico y del inorgánico. En el primero, aumentando la capacidad que tiene en el mercado europeo en el sector espacial con los sistemas satelitales, y en el mercado nacional con proyectos ligados a la geoinformación y en otros relacionados con los ministerios de Defensa e Innovación. Y en el segundo a través de adquisiciones que tenemos planeadas de empresas en las que estamos interesados y que fortalecerán nuestra presencia y protagonismo en el sector.

### ¿Qué reflejo tendrá esta apuesta en el cierre económico del año?

Tenemos aún por delante el último trimes-

pacial y nuestro funcionamiento como una *startup*. Esto está atrayendo a jóvenes y dinámicos talentos de perfiles muy dispares, ingenieros, matemáticos, geógrafos, y también muy complementarios.

### A nivel regional, ¿en qué punto está la industria espacial española y cómo podemos ser punteros en el sector?

La industria espacial española está en unos niveles muy altos y en los rankings apenas por debajo de potencias como Francia, Italia y Alemania. Hoy competimos por el cuarto lugar con Bélgica, que ha crecido mucho en los últimos tiempos. Sin embargo, creo que Europa debe trabajar en conjunto para disputar un terreno donde hoy Estados Unidos y China llevan la delantera y para eso es necesario un *mix* de apoyos públicos y privados, o nos vamos a quedar a la cola.



**Gabriel Weinstein**  
Managing Partner Europa de Olivia

## Pymes resilientes en tiempos de incertidumbre

Una de las frases más inspiradoras en tiempos de incertidumbre es esta de Winston Churchill: "La cometa se eleva más alto en contra del viento, no a su favor". En el mundo de las pymes, esta verdad cobra especial sentido, ya que son justamente las corrientes adversas las que ponen a prueba su capacidad de adaptación y crecimiento. He sido testigo de cómo las pymes que abrazan una cultura de liderazgo flexible y valiente pueden transformar la crisis en una plataforma de crecimiento. Cuando una empresa decide interpretar los momentos de incertidumbre como una invitación al cambio y no como una amenaza, ya ha dado el primer paso hacia el éxito. Durante la pandemia, por ejemplo, vimos que las empresas que actuaron rápido en un contexto hostil tuvieron menos pérdidas y, en algunos casos, lograron incluso crecer.

En España, casos como el de la empresa cárnica La Finca de Jiménez Barbero, que inició su venta directa al cliente final, tras no poder vender a sus clientes habituales por el cierre de la restauración, o de Nannify, que conectaba a padres con niños y cuidadores y comenzaron a elaborar vídeos para entretenirlos, demuestran que las crisis pueden abrir caminos para replantear nuestro negocio y orientarlo hacia un nuevo futuro. Ahora, el reto para las pymes y los emprendedores es, precisamente, pasar de una reacción defensiva a una postura proactiva. Adaptarse y prosperar en tiempos turbulentos requiere aprovechar las ventajas inherentes a su estructura ágil. La clave está en activar un *crisis mindset*, es decir, una mentalidad que les permita reinterpretar las dificultades como oportunidades y adaptar su propuesta de valor a las necesidades del mercado.

### **Cómo desarrollar las fortalezas de las pymes**

Uno de los activos más destacados de las pymes es la cercanía con sus clientes. La estructura organizativa horizontal de estas empresas facilita una interacción constante y cercana, permitiéndoles responder a las necesidades de su público con rapidez y personalización. Esta conexión, casi familiar, ayuda a que las empresas detecten cambios en las preferencias de los consumidores de forma temprana, un privilegio del que raramente gozan las grandes corporaciones.



En momentos de crisis, esta proximidad se convierte en una ventaja competitiva. Y es que la capacidad de escucha y respuesta de una pyme, junto con su estructura de costes más liviana, le va a permitir ajustar su oferta de productos o servicios con mayor rapidez, ofreciendo soluciones más ajustadas a las necesidades del cliente, lo cual refuerza la lealtad y fomenta una mayor resiliencia en el negocio.

Además, el hecho de que las pymes no estén tan estructuradas como las grandes empresas reduce las barreras a la innovación. El no tener que someter cada decisión a complejos comités o a intrincadas revisiones internas, les da más libertad para experimentar y aplicar nuevas ideas rápidamente, convirtiendo la creatividad en su motor de reinversión. Así, la capacidad de implementar cambios sin demoras puede resultar decisiva cuando las circunstancias exigen una respuesta veloz.

La cultura organizacional en una pyme es, por naturaleza, más cercana y colaborativa. Este sentido de pertenencia y compromiso por parte de los empleados puede dar como resultado un valioso activo en situaciones de crisis: un equipo cohesionado, motivado y dispuesto a asumir responsabilidades suele ser capaz de generar soluciones innovadoras y valientes en medio de la adversidad. En estos tiempos, el liderazgo debe tener una visión clara y ser capaz de inspirar al equipo a avanzar en una misma dirección. Pero, ojo, no se trata solo de liderar para salir de la crisis, sino de establecer las bases de una cultura que fomente el cambio y la resiliencia. Aquí, la gestión emocional juega un papel clave, especialmente cuando los recursos son escasos y las decisiones difíciles se convierten en el pan de cada día.



■

**La ‘Crisis Mindset’ invita a reinterpretar los tiempos de incertidumbre como un catalizador de cambio y aprendizaje**

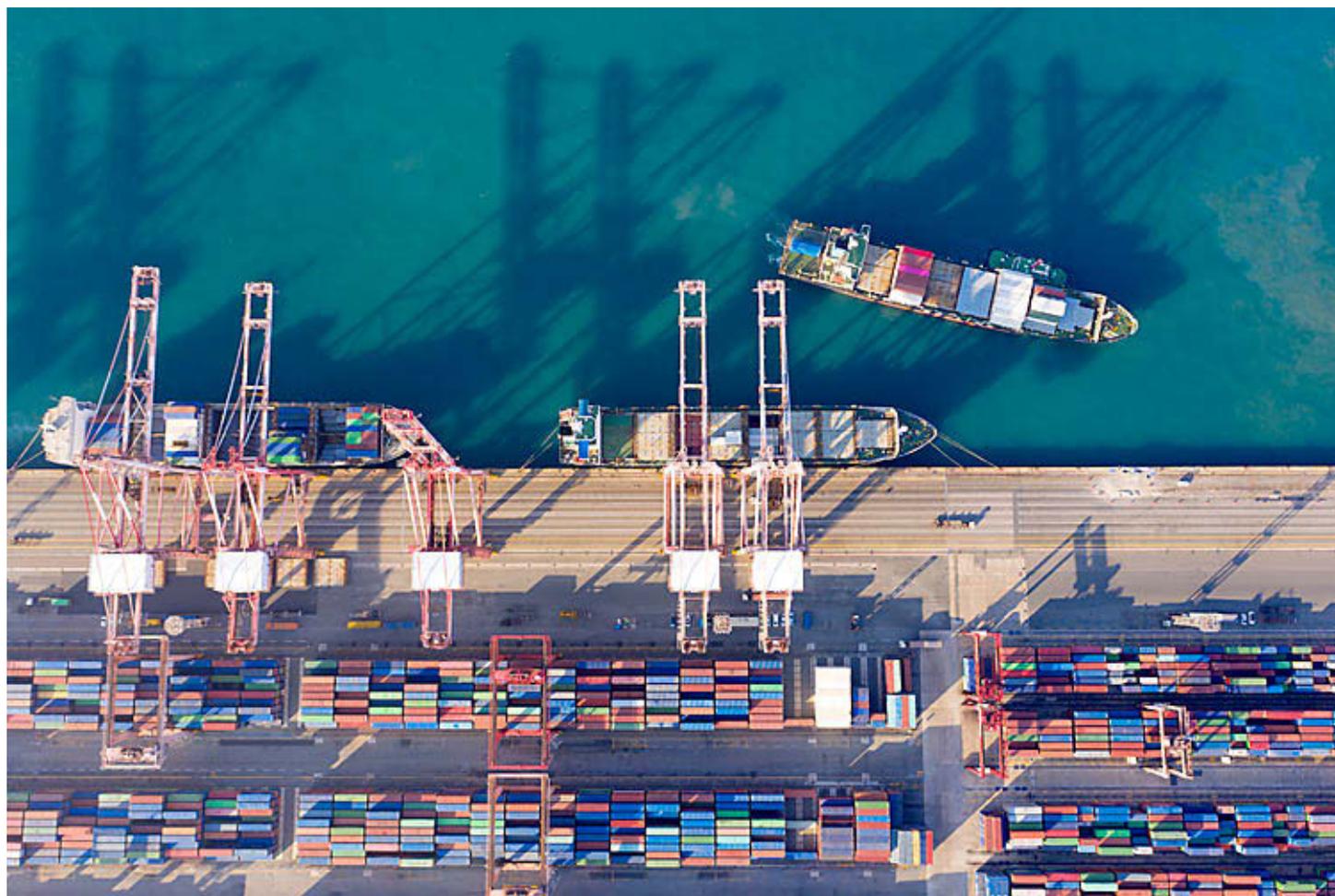
■

### Sus principales desafíos

Sin embargo, las crisis no dejan de presentar grandes retos para las pymes. La falta de acceso a capital y la dificultad para competir en ciertos mercados es una limitación constante, y la dependencia de un número reducido de clientes o la menor capacidad para soportar pérdidas prolongadas convierte a estas empresas en actores vulnerables cuando la economía se desploma. Tampoco hay que olvidar que, al estar más expuestas a la pérdida de clientes importantes, las pymes necesitan un enfoque de diversificación y un respaldo estratégico para amortiguar los efectos de la pérdida de ingresos. La mentalidad de crisis nos recuerda que el crecimiento sostenible también necesita de un soporte financiero sólido que permita sobrellevar los vaivenes del mercado. Además, competir con las grandes puede resultar un gran desafío por la carencia de equipos a lo que se puede unir la falta de planificación a largo plazo y una orientación reactiva pueden hacer que la adaptación a la crisis se convierta en un acto de supervivencia, en lugar de una oportunidad de crecimiento.

Si algo tiene la visión del *Crisis Mindset* es que nos invita a reinterpretar la crisis como un catalizador de cambio y una oportunidad de aprendizaje. Para una pyme, esto puede significar redefinir su estrategia de negocio, aprender de los errores y fortalecer su oferta de valor para cuando el mercado recupere su estabilidad. En última instancia, el factor determinante para que una pyme sobreviva y prospere en un contexto incierto no reside en su tamaño, sino en la mentalidad de sus líderes. La disposición para adaptarse, la capacidad de tomar decisiones informadas y la agilidad para implementar soluciones innovadoras son las verdaderas bases de una organización resiliente. No se trata de esperar a que el temporal pase, sino de abrazar el cambio y convertirlo en parte de su ADN.

Las crisis, al fin y al cabo, se presentan como oportunidades de crecimiento para todas las empresas, que suelen ser más rápidas en la toma de decisiones, aunque en muchas ocasiones con el desafío de identificar su oportunidad. Al final, el camino hacia la resiliencia comienza cuando se asume que el cambio es constante y, como sucede con las cometas, el viento en contra se puede convertir en el motor que acelera la transformación y la evolución.



Mercancías cargadas en un puerto europeo.

## Un error burocrático en exportaciones puede doblar el coste del transporte

Las pequeñas y medianas empresas en España que deciden operar en el exterior del país llegan a enfrentarse, en un mismo proceso administrativo, a más de 100 documentos, a través de diferentes interlocutores. Cualquier fallo en el transcurso de esta tramitación amenaza con crear graves problemas

Esther Zamora Fotos: iStock

**E**n un contexto de exportaciones al alza y siendo éstas las que prácticamente generan la mitad del crecimiento del PIB en España, el comercio exterior se presenta como uno de los arietes del país para empujar su crecimiento económico y social.

Según el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), hubo casi 190.000 exportadores en España en 2022 —último año disponible—, de los que más de 57.000 son recurrentes y que prácticamente hicieron el 90%

de las operaciones. Y, en cambio, hay 94.000 empresas que debutaron o reiniciaron su actividad exportadora. Teniendo en cuenta que España es un país de pymes, muchas de ellas tendrán tal consideración.

Las exportaciones son, por tanto, claves porque permiten a las empresas no depender de un solo mercado y diversificar su actividad, pero no todo es tan "simple" como poner un producto o servicio a la venta en otro mercado. Hay procesos y burocracia y un

simple error en el papeleo puede llegar a generar costes extras e, incluso, a doblar el precio del transporte. Por tanto, la exportación es una actividad de crecimiento de ingresos, pero debe ser rentable.

Para esas 94.000 empresas que se estrenan o reinician su actividad exportadora, es clave conocer qué se necesita de documentación y hacerlo con anticipación para que no se genere un cuello de botella en la aduana y costes extras que pongan en riesgo la rentabilidad de la transacción.

“Apoyarse en un operador logístico que te asesore es la mejor opción porque tiene el conocimiento de cada país, pues las reglas del juego entre uno y otro pueden ser muy diferentes, así como de los propios cambios normativos”, asegura Juan López Doriga, director de Proyectos de la Dirección de Relaciones con Clientes de BERGÉ, uno de los grandes operadores españoles, nacido hace más de 150 años en Bilbao y que, entre otras actividades, conecta los puertos españoles con destinos en América del Norte, Latinoamérica o la costa occidental y septentrional africana.

El directivo reconoce que es fácil alcanzar el centenar de documentos en un proceso de exportación,

## El 'Brexit' supuso un cambio fundamental en las normas y condiciones de exportación

incluidos los seguros, y que los interlocutores son muchos y variopintos, desde administraciones públicas a entidades privadas. Además, “existen riesgos al exportar que se pueden traducir en retrasos, que es la línea roja a evitar. Y la demora puede ser por un simple papelito”, añade.

De ahí la importancia de valerse de un operador logístico que asesore y lleve las riendas del proceso exportador.

No sólo eso, al ser empresas que abarcan buena parte de la cadena de valor, tienen experiencia y poder de negociación para hacer frente a las operaciones de transporte, ya sea por tierra, mar o aire, y obtener mejores condiciones para ganar en eficiencia y rentabilidad.

Todo ello en un contexto ya de por sí de incertidumbre debido a situaciones volátiles como, por ejemplo, el actual conflicto en Oriente Medio, que está afectando al tráfico por el Mar Rojo y a través del Canal de Suez, lo que obliga a buscar rutas alternativas más largas, como bordear el continente africano por el sur, con el incremento de costes que supone, por ejemplo, en el precio de un contenedor



Cargamento que sale del Puerto de Algeciras.

marítimo, que se ha encarecido en el transcurso último año.

### El ejemplo del 'Brexit'

Sobre las condiciones cambiantes del mercado, quizás el gran ejemplo de los últimos años haya sido el *Brexit*, o cómo un mercado como el británico salió del espacio comunitario, afectando de lleno a las mercancías procedentes de la Unión Europea.

Pensemos que sólo en el sector agroalimentario y pesquero, Reino Unido es destino del 6,8% del total de exportaciones españolas y es el quinto destino



**Los aranceles a los coches eléctricos pueden desencadenar una guerra que afectaría a las pymes.**

exportador solo superado por Francia, Alemania, Portugal e Italia, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Hortalizas, cítricos, vinos, fruta o aceite de oliva son algunos de los productos que más exportamos a este mercado.

En aquel momento, y dado que emergió un mercado nuevo con fecha 1 de enero de 2021, empresas como BERGÉ desarrollaron un servicio de asesoramiento para las empresas con vistas a ayudarles a desenvolverse con éxito en el nuevo escenario de relaciones comerciales.

No sólo eso, según Juan López Doriga, "se potenció la figura de representante aduanero para facilitar y agilizar la actividad importadora/exportadora, llevar a cabo la gestión impositiva y de aranceles y la certificación en los controles, así como la asistencia en las inspecciones fronterizas".

El *Brexit* fue el cambio en mayúsculas, pero es habitual que en comercio exterior las condiciones, las normativas y los aranceles sean revisados y objeto de cambio o adaptación. Todos tenemos en la retina actualmente la imposición de aranceles a China por el coche eléctrico, ¿esto afecta a una pyme? Si la respuesta del gigante asiático es contraatacar poniendo en la diana a las exportaciones agroalimentarias, la respuesta es sí.

¿Qué producto alimentario exportamos más a China? Carne de cerdo, según el Ministerio de Agricul-

tura, Pesca y Alimentación. ¿Hay pymes entre las más de 60 empresas españolas autorizadas a exportar carne y productos de porcino? Las hay. Este es uno de tantos riesgos latentes.

Para Juan López Doriga, "las condiciones cambiantes del mercado son habituales, sujetas a muy diversos vaivenes. Estamos en una era donde el cambio es lo normal y esto afecta al comercio exterior. Para las empresas exportadoras muchas

# 57.000

**57.000 exportadores recurrentes fueron los que hicieron el 90% de las operaciones comerciales**

veces su actividad se enmarca en un galimatías, si además no tienen mucha experiencia, los errores pueden ser habituales y se pagan, vaya si se pagan".

El directivo añade que la burocracia y los constantes cambios no pueden ser barreras para comercializar con el exterior. "¿Acaso un emprendedor no se vale de un asesor fiscal o de una gestoría? Se trata de ponerse en las mejores manos y el dinero mejor invertido es aquél que te permite centrarte en lo que sabes y dejar en otros, en manos expertas, aquello que roba tiempo y genera preocupaciones".

# a3innuva Nómina

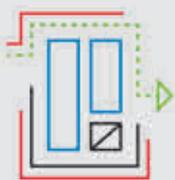
La solución  
laboral colaborativa  
para la empresa  
y los empleados



## El mejor software de nóminas y gestión laboral para el departamento de RRHH

a3innuva Nómina es una solución escalable y modulable, a la que puedes añadir funcionalidades de todas las áreas de la gestión laboral e integrar con soluciones propias o de terceros.

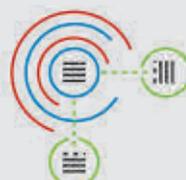
Además, incorpora la firma electrónica de documentos, para que las gestiones con los empleados sean más ágiles y seguras.



/ Eficiencia



/ Innovación



/ Colaboración



/ Cloud

# Las pymes facturan en Amazon más de 1.000 millones en exportaciones

**Son 17.000 pequeñas y medianas empresas las que venden en la aplicación del gigante estadounidense y han conseguido emplear a 45.000 personas**

Esther Zamora

Foto: Reuters

Las pequeñas y medianas empresas encuentran cada vez más problemas a la hora de proyectar sus negocios con el auge del *e-commerce* y en Amazon, han encontrado un aliado al que se han unido cerca de 17.000 pymes que consiguen exportar a otros países como Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido.

En el último año, han sido 2.000 nuevas pequeñas y medianas empresas las que han elegido la aplicación de comercio electrónico estadounidense para expandir sus negocios, obteniendo un crecimiento del 13% con respecto al 2022, cuando había 15.000 pymes comercializando a través de la web. Pero esta tendencia al alza se viene repitiendo desde hace cinco años (2019), cuando tenían presencia un total de 9.000 pymes españolas en Amazon.

En 2023, estas empresas consiguieron alcanzar un nuevo récord en lo que a exportaciones respecta, so-

brepasando los 1.000 millones de euros, y superando en más de 50 millones (aumento del 10%) la cifra alcanzada en el ejercicio anterior, correspondiente al año 2022, cuando se obtuvieron 950 millones en exportaciones. Y es que, en 2023, de las 17.000 pymes que están presentes en la web, el 75% venden sus productos por lo menos en un país fuera de España, mientras que más del 40% lo hacen en todo el mundo, superando de esta manera los 165 millones en ventas fuera de la Unión Europea. Entre los países que más compran a las pequeñas y medianas empresas españolas se encuentran Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido, respectivamente, siendo las secciones de hogar, salud y cuidado personal, juguetes, belleza y material de oficina las más demandadas por los clientes que residen fuera de las fronteras españolas.

En cuanto a las ventas por unidad, las pequeñas y medianas empresas españolas vendieron más de



Logo de Amazon.

## CCAA de las pymes que venden en Amazon en España

CCAA	NÚMERO DE PYMES QUE VENDEN	CIFRAS DE EXPORTACIÓN (en millones)
Cataluña	3.500	300
C. Madrid	3.200	190
C. Valenciana	2.700	185
Andalucía	2.400	135
Castilla-La Mancha	700	35
Galicia	600	30
Castilla y León	550	30
Región de Murcia	500	30
País Vasco	400	25
Aragón	400	20

Fuente: Informe sobre el impacto de Amazon en las pymes españolas 2023.

elEconomista

105 millones de productos a través de la web Amazon en 2023, un 5% más que el año anterior, cuando se obtuvieron cerca de 100 millones. Este crecimiento supuso que la web obtuviera 200 productos vendidos por minuto. De todas ellas, más de 550 consiguieron facturar más de un millón de euros en ventas, y 30 de ellas superaron el millón de euros por primera. A pesar de que los datos relacionados con la facturación han batido récords, los que están ligados al empleo han conseguido cifras esperanzadoras para los empleos relacionados al comercio online, ya que las pymes que comercializan en Amazon han conseguido dar trabajo a más de 45.000 personas, lo que supone un crecimiento del 28% aproximadamente con respecto a los 35.000 que había en el año 2022.

### Comunidades Autónomas más beneficiadas

Las plataformas de *e-commerce* ayudan a las pymes a impulsar su negocio más allá de sus provincias y Amazon, es una de las que ha ayudado a las empresas que se encuentran en zonas rurales y tienen un entorno desfavorable a la hora de desarrollar sus actividades, ayudando así a impulsar un desarrollo económico en estas Comunidades Autónomas, como son Castilla-La Mancha, Galicia o Castilla y León, entre otras.

Aunque la plataforma de comercio electrónico empuja al comercio local, las regiones más beneficiadas siguen siendo las más desarrolladas, como Cataluña, en la que operan más de 3.500 pymes y obtuvieron una cifra en exportaciones de 300 millones de euros, la Comunidad de Madrid, con más de 3.200 pymes activas y con unas exportaciones de 185 millones, o la Comunidad Valenciana, en la que comercializan más de 2.700 pymes y obtuvieron cifras de 190 millones en exportaciones. Fuera del pódium se encuentra Andalucía, con más de 2.400 pymes

y 135 millones de euros de facturación en exportaciones. En el lado opuesto de la balanza se encuentran Aragón, País Vasco y la región de Murcia, que son las que menos presencia de pymes tienen operando en Amazon, con cerca de 400, y con unas cifras alcanzadas debido a las exportaciones de 20 millones por parte de Aragón, 25 de Asturias y 30 millones que corresponden a la Región de Murcia. Para afianzar su compromiso con las pequeñas y medianas empresas españolas, Amazon ha desarrollado su programa 'Despega', con el objetivo de formar en digitalización a un total de 50.000 pymes antes del año 2025. Ya en el ejercicio correspondiente al año 2023, la web estadounidense de comercio electrónico llegó a instruir a 45.000 pymes y emprendedores españoles en competencias digitales. A esta iniciativa llegaron a unirse más de 15



La empresa desarrolló el programa 'Despega' para digitalizar a 50.000 pymes

instituciones, gobiernos autonómicos y organizaciones públicas y privadas, y desde el año pasado, la compañía también colabora en la organización de jornadas formativas junto con la Cámara de Comercio de España para que las pymes locales puedan impulsar sus ventas a través de internet.

Con todo, es fundamental que las pymes cuenten con alternativas de negocio dentro de sus sectores y que puedan acompañar al crecimiento del *e-commerce*. Cada vez son más las personas que compran a través de Internet y el no estar presente, puede hacer que los negocios más pequeños vayan desapareciendo.



**Sergio Ruiz**  
Presidente de Signaturit Group

## La transformación de las pymes para competir en un mercado dominado por la IA y la innovación

**N**os encontramos con un mercado en el que la rapidez y la eficiencia resultan fundamentales. Por tanto, el impacto positivo de la tecnología en las operaciones empresariales es cada vez más importante. La digitalización ya no es un tema de moda, es una obligación para las pequeñas y medianas empresas.

Año tras año, observamos cómo estas organizaciones se enfrentan al dilema inevitable de transformarse o desaparecer. Esto se debe, en gran parte, a un cambio en el entorno impulsado por la transformación digital tanto de la Administración Pública y como de las grandes corporaciones, que además de incorporar tecnología en su núcleo operativo, exigen a sus proveedores, frecuentemente Pymes, cumplir con estándares digitales avanzados.

En este contexto, la realidad de las pymes en cuanto a digitalización es compleja. Aunque algunas han comenzado a implementar soluciones tecnológicas, muchas aún enfrentan limitaciones significativas en términos de recursos y conocimientos necesarios para avanzar.

De hecho, numerosas pymes continúan luchando con la adopción básica de tecnología, mientras que el panorama empresarial se está viendo transformado por la inteligencia artificial (IA). La IA ha revolucionado la capacidad de procesamiento y análisis de datos, lo que permite a las empresas operar con un nivel de precisión y eficiencia sin precedentes. Sin embargo, para las Pymes, la implementación de IA conlleva ciertos desafíos. Con frecuencia, estas organizaciones se ven absorbidas por la operativa diaria, lo cual restringe sus recursos para adoptar tecnologías emergentes, como la IA.

La tecnología avanza a un ritmo vertiginoso y, con ello, la presión que soportan las pymes para adaptarse a los cambios y poder competir en el mercado. La clave está en integrar la IA de forma estratégica, seleccionando aquellas áreas específicas de negocio en las que se genere un valor inmediato y concreto, ya sea en el aumento de ingresos o la ampliación de su base de clientes. Este enfoque gradual permite a las pymes aprovechar el potencial de la IA sin



comprometer su operativa diaria, mientras alinea la innovación a los objetivos de crecimiento.

En esta línea, ayudas como el Kit Digital han contribuido a facilitar la adopción tecnológica entre las pymes, promoviendo una mayor dinamización del mercado. No obstante, este tipo de incentivos no debería constituir el principal motor de la digitalización. Más bien, deben verse como un complemento que apoya la decisión estratégica de transformación digital. Las empresas no deberían depender únicamente de estas ayudas para adoptar tecnología; el verdadero impulso tiene que provenir de una visión a largo plazo y del reconocimiento de la digitalización como una necesidad estructural.

Para ello, este tipo de empresas tienen que enfocar su transformación paso a paso: la clave está en digitalizar sus propios procesos antes de digitalizar las relaciones comerciales con los clientes.

Un enfoque ordenado y progresivo les permite maximizar la efectividad de estos cambios y reducir costes de gestión. A modo de ejemplo, la firma electrónica, la emisión de certificados digitales y la gestión de notificaciones son soluciones que permiten esta adopción gradual. Estas soluciones no solo optimizan los procesos internos, sino que también mejoran la experiencia del usuario final. La firma electrónica y la certificación digital, por ejemplo, permiten a las empresas formalizar contratos y documentos de manera eficiente, reduciendo tiempos de espera y facilitando el flujo de trabajo.



■  
**Las pymes, por su estructura más pequeña, son vistas como objetivos atractivos para los ciberdelincuentes**  
 ■

No obstante, lo cierto es que a pesar de los beneficios que la tecnología y la IA puede aportar a las pymes, muchas empresas aún sienten un notable temor a adoptar nuevas soluciones debido a los riesgos de ciberseguridad. Esta reticencia surge, en parte, por la percepción de que la implementación tecnológica puede exponer sus sistemas a vulnerabilidades, especialmente en un momento en que los ciberataques han aumentado significativamente.

Las pymes, al tener estructuras más pequeñas y, a menudo, menos experiencia en protección digital, son vistas como objetivos atractivos para los ciberdelincuentes.

La solución pasa por introducir soluciones tecnológicas seguras, es decir, contar con proveedores certificados. Estas empresas han pasado por rigurosas evaluaciones de seguridad y cumplimiento normativo, lo que asegura que sus servicios estén diseñados para proteger datos sensibles y cumplir con las regulaciones de privacidad. Esto permite a las pymes beneficiarse de la tecnología sin comprometer su seguridad, logrando un equilibrio entre innovación y protección que favorece la confianza a la hora de la adaptación tecnológica.

Transformarse ya no es una opción, sino una obligación para cualquier empresa que aspire a mantenerse competitiva en el mercado actual. La tecnología es la única vía y el eje fundamental para que las pymes en España puedan adaptarse y prosperar en el mercado.

Aunque la IA es solo una pieza de este gran puzzle tecnológico, su aplicación gradual en áreas específicas puede impulsar la eficiencia y ayudar a estas empresas a ser más competitivas. Más allá de los incentivos, como el Kit Digital, la clave para las pequeñas y medianas empresas es integrar tecnología en su núcleo operativo, lo cual no solo mejora sus procesos internos, sino que también permite ofrecer una mejor experiencia al cliente y optimizar la gestión.

La IA y otras herramientas como la firma electrónica, certificados y notificaciones digitales ofrecen oportunidades claras, pero es el compromiso con una visión a largo plazo lo que permitirá a las pymes construir un futuro más sólido y resiliente.

## MIRIAM MARTÍN

Chief Marketing Officer en Pluxee España



### *“Solo un 25% de empresas de menos de 50 trabajadores ofrecen incentivos para retenerlos”*

**Las pequeñas y medianas empresas en España tienen un gran problema a la hora de retener talento, fidelizar y mantener comprometido al equipo de trabajo con la empresa. La retribución flexible es una de las medidas que puede adoptar la pequeña empresa para ayudar a que sus trabajadores obtengan un salario neto mayor**

Esther Zamora. Fotos: eE

Miriam Martín, Chief Marketing Officer en Pluxee España, la empresa dedicada a servicios de beneficios y *engagement* para empleados a nivel global, explica el reto al que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas en España a la hora de retener talento y qué medidas pueden tomar estas empresas para mejorar su marca de cara a buscar nuevos trabajadores en el mercado de empleo.

#### **En un mercado laboral tan competitivo y con una alta demanda de talento cualificado, ¿qué pueden hacer las pymes?**

Ciertamente, el actual contexto dinámico que atraviesan las empresas ha convertido la captación de talento en todo un reto, especialmente en lo relativo a perfiles con habilidades digitales o relacionadas con nuevas tecnologías. Esta situación de alta competencia en el mercado afecta de forma parti-

cular a las pymes y no solo en lo relativo a nuevo talento, sino también, de cara a fidelizar y mantener comprometido al equipo existente. Construir una marca empleadora atractiva es, por tanto, fundamental para las pymes, y para ello, es importante tener en cuenta las grandes motivaciones de los empleados actualmente: la remuneración y el denominado salario emocional.

### ¿Cómo puede ayudar la retribución flexible a atraer y retener talento a las pequeñas y medianas empresas?

Con este tipo de modalidad retributiva, el empleado puede destinar el 30% del salario bruto a servicios exentos de IRPF como la comida, la guardería o el transporte al trabajo, con lo que el trabajador puede disponer de un salario neto mayor para hacer frente a sus gastos. Es una opción muy conveniente para empresas que deben afrontar un control de costes, ya que la empresa no incurre en costes salariales adicionales, pues no asu-

### Dentro del paquete retributivo, ¿qué opciones están ofreciendo mayoritariamente las pymes?

La modalidad más común para ofrecer beneficios a los empleados en las pymes es la retribución flexible. Un 73% de las pymes menores de 50 empleados que ofrece beneficios, lo hace esta modalidad. Un 37% lo hace de forma exclusiva y un 36% lo hace en combinación con beneficios sociales (dependiendo del beneficio en sí, o a través de un modelo mixto en el que se combinan ambas opciones).

### ¿Cómo mide Pluxee la relación entre el coste de los beneficios con el impacto positivo en la satisfacción y el compromiso del equipo?

El verdadero termómetro del impacto de las estrategias de beneficios está en las propias empresas. Cada una de ellas es diferente y desde Pluxee asesoramos siempre sobre la importancia de conocer las necesidades de

*“La captación de talento con un perfil especializado en tecnología o habilidades digitales es un reto para las pymes”*

*“Una marca sólida siempre es aquella que tiene en cuenta las necesidades de su plantilla”*



me el abono de los beneficios que pueden disfrutar los empleados.

### ¿Qué niveles de adopción de este tipo de medidas retributivas dentro de las pymes?

La entrada de este tipo de soluciones en pymes se ha producido a un ritmo más pausado en comparación con empresas de mayor tamaño. Esto explica por qué solo un 25% de las empresas de menos de 50 trabajadores ofrecen algún tipo de beneficio para empleados, según nuestros datos. No obstante, se percibe un cambio de tendencia al respecto, y de acuerdo con los datos del Informe Pluxee de Retos y Tendencias en RRHH 2024, un 21% de las empresas menores de 50 empleados y un 26% de las medianas (entre 50 y 250) tienen previsto ampliar los beneficios que ofrecen a sus empleados este año, ya sea en una modalidad de retribución flexible o beneficio social.

sus equipos, a través de encuestas e indicadores de satisfacción.

### ¿Qué medidas deben implementar las pymes para mejorar su marca empleadora?

Como anticipaba anteriormente, una marca empleadora sólida es aquella que tiene en cuenta las necesidades de los empleados y las incorpora a su propuesta de valor en forma de soluciones, de beneficios.

El binomio compensación total – salario emocional, es sin duda una estrategia muy recomendable para las empresas de todos los tamaños, y también, para las pymes. Hoy en día, más allá de ofrecer una retribución atractiva, la flexibilidad horaria, las opciones de teletrabajo, las oportunidades de desarrollo o la formación continua, entre otros, son elementos clave para crear un entorno atractivo para el capital humano.

# Las sociedades de garantía inyectan 1.918 millones a las pymes en 2024

La financiación vehiculada a través de las denominadas SGR alcanzó, entre enero y septiembre de este año, a casi 180.000 pequeñas y medianas empresas y trabajadores por cuenta propia. El valor de los créditos proporcionados por esta vía se incrementaron un 4% en idéntico periodo de este año

Esther Zamora

Las 18 sociedades de garantía recíproca (SGR), inyectaron desde enero a septiembre de 2024, 1.918 millones de euros a pymes y autónomos de toda España, lo que supone un 4% más de lo que suministraron en el mismo periodo de 2023. Todo ello, lo hicieron a través de 16.889 avales formalizados, que generaron una inversión en la economía de 2.494 millones. Lo que también logró un aumento del 4% fue el valor de los créditos y préstamos que mantienen activas a las SGR, que llegaron a alcanzar un valor de 7.812 millones de euros. Esta financiación ya logra beneficiar a 179.971 pymes, autónomos y emprendedores, ayudando a mantener más de un millón de puestos de trabajo correspondientes a las empresas beneficiadas.

Las SGR han sido fundamentales para que las pequeñas y medianas empresas en España puedan lograr una financiación que les ayude a impulsar sus negocios, ya que encuentran dificultades en ac-

**La financiación de las SGR ha crecido por los altos tipos de interés de los créditos**

ceder a créditos por los tipos de interés altos con los que cuenta el mercado. Así lo ha confirmado José Pedro Salcedo, presidente de SGR-Cesgar: "Aunque nos encontramos en un escenario un poco más optimista para las empresas, con una paulatina bajada de tipos por parte del BCE, el papel de las SGR se antoja fundamental para que las pymes puedan seguir accediendo a esa financiación que contribuye a su consolidación y crecimiento".

A estos problemas con los altos tipos de interés, se une el descenso de la productividad que han registrado las empresas en los últimos seis meses, ha confirmado Cepyme. Lo que hace que esta situación afecte a la capacidad inversora de la mayoría del tejido empresarial de España. Por ello, Salcedo reconoce que quieren ser clave en la creación de empleo: "Además, las SGR queremos seguir siendo



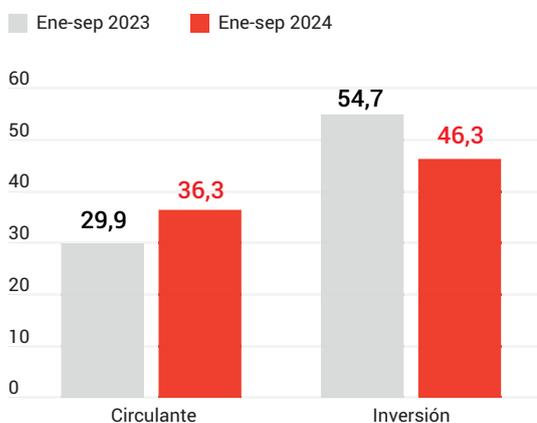
Pedro Salcedo, presidente de Cesgar Media. Cesgar

# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

## Tipos de avales

Datos en porcentaje



Fuente: CESGAR.

elEconomista

un factor clave para la creación de empleo y lo hemos demostrado en estos meses en los que hemos superado el millón de puestos mantenidos gracias a la financiación facilitada", añade el presidente.

Desde Cesgar confirman que la inyección económica realizada a las pymes, autónomos y emprendedores ha sido posible gracias al reaval de Cersa (Compañía Española de Reafianzamiento), que ha contribuido a que las SGR participen en la canalización de los Fondos *Next Generation*.

Y es que, desde 2021, las 18 SGR han inyectado más de 5.000 millones de euros procedentes de estos fondos a cerca de 30.000 pymes y autónomos, en su mayoría destinados a proyectos de digitalización y sostenibilidad. "Es un hecho que las 18 SGR nos hemos convertido en uno de los principales agentes facilitadores del acceso a estos fondos, que están contribuyendo a transformar y modernizar el tejido empresarial de nuestro país", indica Salcedo. Asimismo, el Gobierno ha anunciado para las pymes

4.500 millones de euros en subvenciones y cerca de 50.000 millones en préstamos a través de la Adenda, aprobada para el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, de los cuales 630 millones van destinados a reforzar el sistema de garantías español.

### Tipos de avales y sectores

De enero a septiembre, los avales financieros (86,3%) han sido el tipo de financiación más demandada por

# 5.000

Desde 2021, las SGR han inyectado más de 5.000 millones procedentes de los 'NextGen'

pymes y autónomos. Cabe destacar que la mayoría eran para destinarlos a inversión (46,3%), aunque han disminuido con respecto al mismo periodo del año anterior (54,7%).

Mientras, los avales destinados a circulante suponen el 36,3% del importe concedido, lo que representa un incremento de 3 puntos con respecto al mismo periodo de 2024 (29,9%). Este dato demuestra que la necesidad de liquidez sigue vigente, a pesar de la bajada en los costes de producción y del marcado descenso de la inflación.

En lo que respecta a la actividad de la empresa, en los primeros nueve meses del año, el sector Servicios lideró el número de operaciones, con un 48,2%, lo que supone una importante subida con respecto al mismo periodo del año anterior (55,1%). Por detrás, se sitúan los avales facilitados al Comercio, que representan un 18,1%, y a la Industria, con un 17,4% de las operaciones. Por último, los avales concedidos a los sectores Primario y de la Construcción representan el 5% y el 11,3%, respectivamente.



Aumenta la financiación. iStock

**Nadia Segura**

Associate Director de Comunicación Corporativa en Kreab

## Optimismo para el ecosistema innovador: más inversión y estrategias de valor

**E**n la última década, el ecosistema de proyectos emergentes en España ha experimentado un crecimiento considerable, reflejando tanto el potencial de los emprendedores nacionales, como el interés de los inversores internacionales.

La necesidad de adaptar el tejido empresarial de nuestro país a las exigencias de un mundo cada vez más digital y globalizado ha impulsado este desarrollo que, si bien apunta a un futuro prometedor para el ecosistema, depende de múltiples factores como el acceso a la financiación, las estrategias de valor de los proyectos y la capacidad de transformación ante un mercado en constante cambio.

La incertidumbre global por los conflictos y factores económicos ha llevado a los inversores a extremar precauciones y cambiar prioridades, mostrando un interés creciente en proyectos más establecidos y en fases más avanzadas (Series C y Growth). Sin embargo, en general, podemos ser optimistas, pues, como señala SpainCap, en 2024 la inversión en *startups* y pymes en España está mostrando una notable recuperación. La Fundación Innovación Bankinter también apunta en esta dirección en otro estudio afirmando que en lo que va de año el volumen total de inversión en *startups* españolas ha subido un 38% en comparación con el mismo periodo de 2023.

No hay duda de que el ecosistema en nuestro país sigue madurando y el valor de las empresas emergentes continúa creciendo. España ha mostrado un notable aumento en el número de *startups* especialmente en *fintech*, biotecnología, movilidad y sostenibilidad. Este auge en sectores estratégicos se debe en gran medida a la convergencia de tres factores: el acceso a talento joven y cualificado, la expansión de *hubs* tecnológicos como Barcelona, Madrid, Valencia, Bilbao o Málaga, entre otros, y el aumento en las inversiones nacionales e internacionales que apuestan por ideas innovadoras. La calidad de vida en España, unida al coste de esta relativamente bajo en comparación con otros países europeos, y la cantera de talento tecnológico, convierten a nuestro país en una opción muy atractiva para emprendedores y fondos.



Y si a esto le sumamos la correlación de intereses entre innovadores e inversores, tenemos, indudablemente, estrategias *win-win* que multiplican las oportunidades. La sostenibilidad es, efectivamente, una de las áreas que más interés despierta, especialmente en sectores como la energía renovable, la movilidad sostenible y la gestión de residuos. Este camino hacia lo verde no es solo una tendencia temporal; los consumidores y las políticas públicas cada vez exigen más a las compañías un compromiso real con el medio ambiente y la sostenibilidad, y los inversores muestran una clara preferencia por los proyectos que abordan estas áreas.

Otra tendencia en la inversión en *startups* es el interés en la tecnología disruptiva. Inteligencia artificial, *blockchain*, internet de las cosas (IoT) y *big data* son áreas que atraen importantes capitales y que cuentan con proyectos muy activos en nuestro país.

Los fondos buscan ideas que no solo resuelvan problemas actuales, sino que también tengan el potencial de revolucionar el mercado o crear nuevos modelos de negocio. Las startups de base tecnológica con un enfoque innovador en inteligencia artificial, por ejemplo, suponen un plus en el mercado, ya que son vistas como el futuro en áreas transversales como la automatización de procesos, la personalización de servicios y la mejora de la experiencia del cliente.



■  
**Una de las claves de las empresas para destacar en el mercado, cada vez más global, es la diferenciación**

Pero tener un enfoque sostenible o una base tecnológica no es suficiente para determinar el éxito de un proyecto emergente. También es esencial definir y ejecutar estrategias de valor claras y efectivas que les permitan destacar en sus respectivas áreas de especialización y, a la vez, escalar de manera eficiente.

Una de las claves para destacar en este mercado global cada vez más competitivo es la diferenciación. Las *startups* de mayor éxito suelen centrarse en nichos específicos o en resolver problemas concretos de manera única, generando un valor añadido que las grandes empresas aún no han abordado.

■  
 Otra estrategia de valor crucial es el enfoque en el usuario, pues los proyectos que triunfan son aquellos que comprenden y responden con agilidad a las necesidades cambiantes de la demanda. Adaptarse a los deseos del cliente y mantener un enfoque centrado en el mismo es, en efecto, un pilar básico también en el ecosistema emprendedor.

Y es que, en un mercado tan cambiante, los proyectos emergentes deben ser extremadamente flexibles y resilientes. Adecuarse rápidamente a nuevas circunstancias y tener la capacidad de pivotar el modelo de negocio en función de las demandas del mercado son habilidades esenciales para sobrevivir. Los emprendedores que han logrado adaptarse rápidamente a las circunstancias son aquellos que han sabido ver más allá de las crisis y aprovechar las oportunidades en tiempos difíciles.

En este marco de oportunidades cabe destacar la cultura de la colaboración. Crear sinergias con otros proyectos emergentes, grandes empresas y organizaciones gubernamentales no solo potencia la innovación, sino que también permite acceder a recursos y conocimientos que de otro modo serían inalcanzables. Los *hubs*, centros de investigación, clústeres, aceleradoras e incubadoras, entre otros, juegan un papel fundamental en este sentido.

En definitiva, hay oportunidades para el ecosistema y un giro de tendencia inversora que nos anima a ser optimistas. Y, aunque no hay duda de que el entorno global presenta importantes desafíos, el futuro es alentador para los proyectos emergentes que logren aprovechar todo su potencial.



Clientes en una tienda franquiciada de Dia. eE

# Las franquicias de alimentación revitalizan el comercio local y rural

Con 57.180 locales franquiciados en el sector, este modelo de negocio ha conseguido generar 75.000 empleados en el país y logrado una facturación de más de 8.900 millones de euros, lo que implica un aumento del 7,2% con respecto a los datos recogidos en los años previos a la pandemia del Covid

Esther Zamora.

**L**a distribución alimentaria lidera en las franquicias en España y se consolida como uno de los motores en la economía en el país. Así lo confirma la Asociación Española de Franquicias (AEF) en el último Informe de la Franquicia en España, donde revela que de los 57.180 establecimientos franquiciados, 13.646 corresponden a la alimentación, lo que supone un 23,8% aproximado del total.

Estos datos nos permiten conocer el impacto económico que tiene este modelo de negocio en el país, ya que ha generado más de 75.000 empleos y logrado una facturación que es superior a los 8.900 millones de euros, lo que supone un aumento del 7,2% con respecto a 2019, niveles pre-pandemia.

Este crecimiento, pone de manifiesto la fortaleza de un modelo de negocio relativamente joven, que

# Franquicias | Pymes y Emprendedores

elEconomista.es

llegó a consolidarse en España el año 1990, y que en España que ha tenido un éxito rotundo a nivel económico.

Una de las empresas que ha potenciado la consolidación del modelo de las franquicias es Dia, ya que desde que abrió su primer establecimiento franquiciado en Tarancón, una localidad perteneciente a la provincia de Cuenca, la red de tiendas de proximidad ha crecido a nivel nacional hasta alcanzar las 1.500 franquicias en España, lo que supone el 64% de su red de tiendas totales y un 11% de todos los locales de alimentación existentes en España.

Por ello, Manoli Peña, directora de Franquicias de Dia en España, destaca el valor crucial del modelo de franquicia para la compañía: "Desde hace más de 35 años, hemos estado al lado de emprendedores comprometidos con revitalizar el comercio local. Nuestro modelo no solo les ofrece la oportunidad de establecer un negocio sólido, sino que además cuenta con el apoyo incondicional y el respaldo del equipo de Dia. Es emocionante ser testigos del crecimiento de nuestra red de tiendas, impulsando el talento y la dedicación de quienes, comparten nuestra pasión por estar cerca de los clientes", subraya Peña.

**Dia expande su marca a través de franquicias, con 1.500, que suponen el 64% de su red.**

Así, los datos ratifican que la franquicia es un eje estratégico para las compañías y lograr posicionarlas en el mercado como un factor clave que ayuda a impulsar la economía local y a desarrollar los comercios en las zonas rurales.

## **Papel crucial en zonas despobladas**

Las franquicias han desempeñado un papel crucial en la generación de empleo con más de 9.000 puestos de trabajo creados a través de sus franquicias en toda España, donde Dia participa en el desarrollo de la economía local con un papel importante en aquellos lugares donde además de crear empleo, en poblaciones que no tienen acceso a zonas urbanas, asegura acceso a productos de calidad a precios asequibles.

Gracias a su presencia en las zonas rurales, estimula la economía en municipios pequeños y contribuye a reforzar a los habitantes en zonas afectadas por la despoblación, ya que más del 30% de las franquicias de Dia se ubican en localidades con menos de 10.000 habitantes.

El éxito de las franquicias se debe a la construcción de una sólida relación con sus franquiciados. El mo-



**Mujer comprando en una tienda.** Luis Moreno

delo impulsado en 2020 ha sido fundamental para garantizar que los emprendedores cuenten con el apoyo para hacer crecer su negocio.

Con todo, las franquicias son fundamental en la economía de España, con especial hincapié en las dedicadas al sector alimentario, que representan el 23,8% del total. Estos locales ayudan a las grandes cadenas a acercar a las zonas más rurales productos a precios asequibles y de alta calidad. A su vez, potencian la creación de empleo en las localidades que no cuentan con grandes núcleos urbanos accesibles.

# Nuestras revistas sectoriales en todos los formatos digitales

Agro • Agua y Medio Ambiente • Alimentación y Gran Consumo  
Buen Gobierno, Luris&lex y RSC • Capital Privado • Digital & IA  
Energía • Franquicias, Pymes y emprendedores • Inmobiliaria  
Sanidad • Seguros • Movilidad y Transporte

