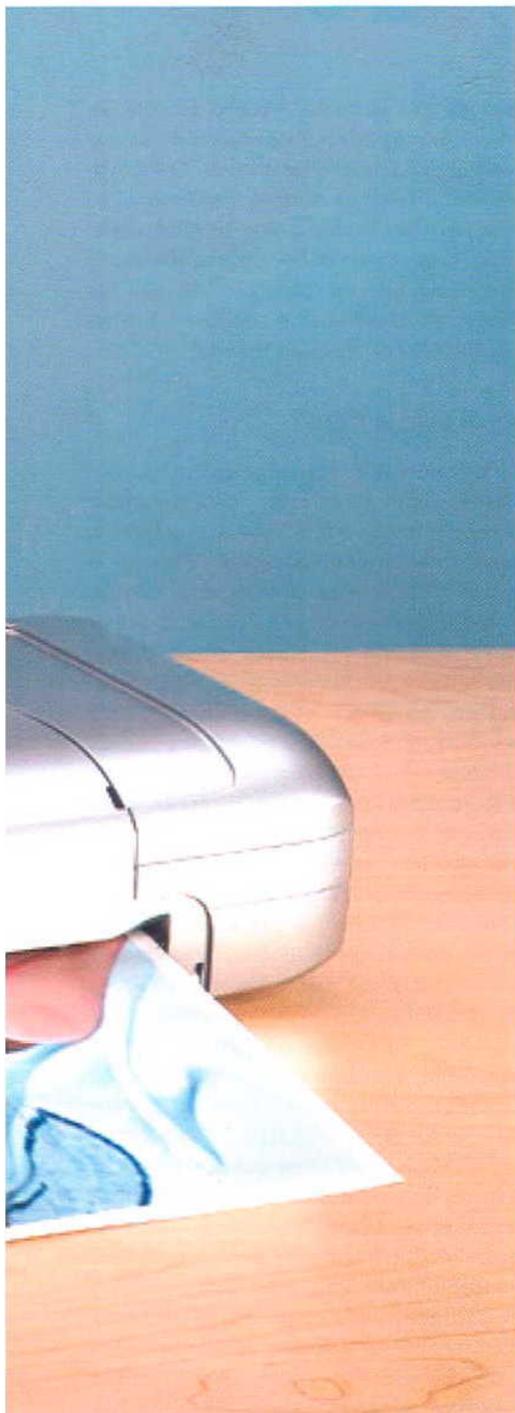


Tirada: 15.000		Superficie: 523,00 cm² Ocupación: 75.8% Valor: 1.718,22 Página: 17	 1 / 3
Difusión: 15.000			
Audiencia: 52.500			
Ref: 1257340			
	Nacional Mensual Tecnología/Informática 1ª Edición 01/02/2007		



Nadie duda de la importancia de la pyme dentro del tejido industrial y empresarial español. Si bien casi el 98 por ciento de éste lo conforman empresas que no llegan a los 250 trabajadores, conforme a lo que se viene en denominar pequeña y mediana empresa, no todas están al cabo de la calle en lo que se refiere a innovacio-



nes que puedan mejorar su trabajo diario y, por ende, su negocio. Y dentro de esas innovaciones está la tecnología. A las pymes les cuesta acceder a las nuevas tendencias, y más aún cuando una de ellas, la movilidad, se presenta como clave en su devenir a corto plazo. La pyme que esté en condiciones de aceptar este reto y embarcarse en un proyecto de movilidad se encontrará ante un mundo de oportunidades que le afectará de manera muy positiva en su negocio. Aquella que no se decida, o que subestime la incidencia de la movilidad en su actividad diaria, posiblemente no aspire más que a subsistir en su nicho de mercado.

Es el momento...

Y es que, en la actualidad, la pyme española reúne las condiciones tecnológicas necesarias para implantar en sus sistemas soluciones de movilidad que le permitan incrementar sus beneficios, optimizando sus procesos de negocio. Como explica Christian Buhrow, country manager de Lancom Systems para España y Portugal, las pymes "disponen de la infraestructura y son conscientes de las ventajas de la movilidad para sus empleados y clientes, y de cómo éstas se convierten en un nuevo modelo de negocio que permite incrementar la competitividad frente a las empresas competidoras. Si además de estos factores tenemos en cuenta que existe una amplia gama de oferta, vemos un escenario muy propicio para que la pequeña y mediana empresa pueda acceder al campo de la movilidad".

La pyme española juega un papel determinante en el crecimiento económico de nuestro país, y ésta es la razón por la que aquélla tiene que reaccionar con rapidez a los continuos cambios tecnológicos que acometen los fabricantes. Por lo tanto, el uso de las nuevas tecnologías, como la movilidad, es uno de los factores claves que permitirá a las pequeñas y medianas empresas ser más rentables. "De ahí que la movilidad sea una realidad al alcance de la mano que puede ayudarles a ser más productivas y eficaces. Eso sí, siempre con unas ideas muy claras, como garantizar la



Tirada: 15.000		Superficie: 513,00 cm²	
Difusión: 15.000		Ocupación: 74.35%	
Audiencia: 52.500		Valor: 1.683,83	
Ref: 1257340		Página: 18	
	Nacional Mensual Tecnología/Informática 1ª Edición 01/02/2007		 2 / 3

seguridad en un entorno móvil, saber cuáles son las mejores aplicaciones que se adaptan a su entorno de movilidad empresarial, y tener muy claro si la pyme está preparada para la 'Empresa sin Fronteras', explica Marián Cañamás, del departamento de marketing de Aryan.

... Pero con mucho trabajo

Se puede preveer que en los próximos años aumentará el uso de las tecnologías de movilidad, debido a la mayor diversidad de productos disponibles en el mercado a precios cada vez más asequibles, y porque las pymes son cada vez más conscientes de la importancia de la tecnología como una herramienta para aumentar la productividad, y no simplemente como otro gasto en la cuenta de resultados. Pero, "a pesar de haber dado un gran paso hacia la tecnología inalámbrica dentro de sus redes, la pyme española aún dista de encontrarse en una situación pareja al resto de Europa. La movilidad desde el punto de vista de la telefonía está más desarrollada comparándola con la comunicación de datos, a la que le queda aún mucho camino por recorrer", explica Eduardo García Sancho, director de SMC Networks para el Sur de



JORDI CANUT, COUNTRY MANAGER DE NETGEAR IBERIA.

Europa. No obstante, y como declara Salvador Cayón, director de marketing de sistemas personales y pymes de HP Iberia, "lo importante es avanzar y gracias a iniciativas fomentadas desde la Administración y al buen hacer de fabricantes y empresas se está consiguiendo que las empresas españolas se equiparen al nivel tecnológico del resto de Europa".

¿Qué pide la pyme?

Es evidente que la pyme quiere soluciones que le ofrezcan estabilidad, seguridad y rendimiento. Por ello, estas empresas desean contar con aplicaciones básicas de movilidad, como es el caso de portátiles, PDAs, routers wireless y UMTS. El sector de la pequeña y mediana empresa está pidiendo productos adaptados a sus necesidades reales que les permitan adaptarse a sus necesidades futuras. Así, los nuevos productos con tecnología UMTS permiten a los usuarios móviles poder acceder a los datos de la empresa desde cualquier lugar. Por ejemplo, en una nave industrial no es necesario desplazarse hasta la oficina para consultar un dato, ya que esta acción se puede realizar desde cualquier localización dentro de la compañía, sin necesidad de desplazarse.

Uno de los factores más importantes en movilidad, que tanto la pequeña y mediana empresa como la gran corporación demandan, es la garantía de seguridad y confidencialidad de los datos que se transmiten a través de las redes inalámbricas móviles, más aún desde que las redes ya no transmiten únicamente datos, sino también voz, merced al VoIP. Para evitar cualquier tipo de sobresalto, las empresas optan como solución por el establecimiento de redes privadas virtuales (VPN) que permiten establecer túneles de comunicación privados totalmente seguros y transparentes para los usuarios autorizados.

El conocimiento de la pyme

Aunque la pyme es consciente de que la tecnología está ahí, y prueba de ello es la subida de ventas en productos relacionados con la movilidad, se puede afirmar que las empresas españolas aún no son conscientes de los beneficios que pueden apor-

La clave: entender las ventajas de la movilidad

Si bien la pyme está en condiciones de adaptar la movilidad a su negocio, la cuestión radica en que estas empresas no acaban de entender las ventajas que aquella puede proporcionarles. Según Luis Pancorbo, director ejecutivo de Smartec, "la pyme no acaba de entender la ventaja de la movilidad, concepto muy empleado desde hace tiempo para enriquecer los planes de marketing y las publicidades, pero complicado de aplicar con efectividad. En sí mismo muy ilusionante, pero poco realista hasta ahora, al que tampoco han ayudado demasiado las barreras económicas levantadas por los operadores tanto de telefonía fija como móvil".

Por ello, ya se empiezan a ver soluciones en el horizonte, como es el caso de tarifas planas por poco más de doce euros para navegar y leer el correo como primer paso imprescindible para una integración real en itinerancia. En la misma línea, crece el número de hot spots y los precios de los bonos empiezan a ser accesibles para el usuario de a pie. Se abre un horizonte donde se espera que confluyan precio y calidad de servicio, propiciando que la movilidad sea una realidad de la que se beneficien todos los participantes.

Tirada: 15.000		Superficie: 507,00 cm²	
Difusión: 15.000		Ocupación: 73.48%	
Audiencia: 52.500		Valor: 1.663,03	
Ref: 1257340		Página: 19	
	Nacional Mensual Tecnología/Informática 1ª Edición 01/02/2007		3 / 3

tar este tipo de soluciones. ¿Por qué? Porque "la relevancia de este tipo de tecnologías exige que los empresarios cambien sus rutinas de trabajo. Si a esto le añadimos el miedo a lo desconocido, supone un obstáculo al que el empresario debe enfrentarse antes de realizar una inversión en este tipo de tecnologías", argumenta Antonio Borreguero Fernández, director de marketing de OvisLink.

No cabe duda de que en los días que corren las empresas necesitan ser más ágiles, pues los profesionales se mueven más. Todo esto hace necesario que cualquier integrante de una corporación necesite conectarse a Internet para acceder a los datos de su empresa, hacer gestiones o simplemente revisar su correo desde cualquier sitio con libertad de movimientos.

No obstante, aparte del desconocimiento por parte de la pyme a la hora de adoptar este tipo de tecnologías, otro de los escollos que debe salvar una empresa de estas características a la hora de adoptar la movilidad como forma de trabajar es el coste económico. "Por nuestra experiencia, la pyme entiende la movilidad desde un punto de vista económico y la rentabilidad de dichas inversiones, en plazos razonables será lo que permita una mayor concienciación, más allá de un portátil o una PDA con GPS", aclara Luis Pancorbo, director ejecutivo de Smartec.

Otro límite para la adopción de la movilidad por parte de las pymes es la utilización de dichas tecnologías. La mayoría es consciente de las ventajas de las soluciones de movilidad, aunque otras tantas no las utilizan como una oportunidad de negocio. O lo que es lo mismo, "saben que pueden facilitarles el trabajo pero no conocen la multitud de aplicaciones que tienen. Los nuevos avances en tecnología 3G (mayor cobertura y mejores precios) prometen un acceso masivo de la pyme a la movilidad, que se producirá con total probabilidad en un breve espacio de tiempo", expone Christian Buhrow, de Lancom Systems.

Un actor fundamental: el canal de distribución

La movilidad, como es lógico, es una solución al alza, de tal manera que los

fabricantes estén aportando de manera muy importante por este nicho de negocio. Y si existe una figura que puede ayudar a la pyme a encontrar en la movilidad la herramienta que necesita para diferenciarse de su competencia, ésa es el canal de distribución. "El mercado de la movilidad, y en concreto el del networking, está en plena expansión, y este hecho es beneficioso tanto para los fabricantes como para el canal. Así, las cifras avalan esta interesante expansión", explica Jordi Canut, director general de NETGEAR Iberia.

No en vano, si la pyme puede encontrar en la movilidad el socio ideal para su negocio, el canal se encuentra ante una vía de negocio más que atractiva, pero no sólo en lo que se refiere a la distribución de todos los productos relacionados con la movilidad, que se pueden encontrar por otras vías, sino realizando instalaciones que permitan la movilidad y ofreciendo un servicio de asesoría y consultoría muy valorado por los usuarios finales. "Para implantaciones de tecnologías móviles se requiere una especialización y un servicio que sólo el canal es capaz de aportar", arguye Antonio Borreguero Fernández, de OvisLink.

Y no sólo en lo que se refiere a los servicios y las implantaciones que pueda realizar el canal, sino que el aporte económico que la movilidad le puede dejar en su cuenta de resultados. Y es que, como aclara

EN LOS DÍAS QUE CORREN LAS EMPRESAS NECESITAN SER MÁS ÁGILES, PUES LOS PROFESIONALES SE MUEVEN MÁS. TODO ESTO HACE NECESARIO QUE CUALQUIER INTEGRANTE DE UNA CORPORACIÓN NECESITE CONECTARSE A INTERNET PARA ACCEDER A LOS DATOS DE SU EMPRESA, HACER GESTIONES O SIMPLEMENTE REVISAR SU CORREO DESDE CUALQUIER SITIO CON LIBERTAD DE MOVIMIENTOS

El teléfono móvil: el punto de partida

Si hay un dispositivo que revolucionó la manera de agilizar las comunicaciones, ése fue el teléfono móvil. "Éstos revolucionaron la forma de hacer negocio de los empresarios. El hecho de salir de sus empresas y estar siempre disponibles les dio un dinamismo a sus negocios que antes difícilmente podrían haber imaginado. Por aquel entonces, y aún con la independencia que proporcionaba la telefonía celular, la gran mayoría de estos empresarios todavía se veían obligados a regresar a sus empresas para complementar su trabajo pero, hoy por hoy, esa barrera ha sido derribada por completo", explica Blas Barriedos, director gerente de Akko System.

Con más ordenadores portátiles que sobremesa vendidos en la actualidad en el mercado, y con amplias posibilidades de conexión inalámbrica en los más diversos puntos, la oficina móvil ya es una realidad, así como el aumento del teletrabajo en todo tipo de ámbitos.