

Opinión

Los operadores y las pymes



Benito Vázquez
Consejero Delegado
DMR Consulting

En DMR Consulting hemos elaborado, por cuarto año consecutivo, el informe *“El mercado de las telecomunicaciones en las pymes españolas”* en el que se analiza la situación de este sector dentro de la pequeña y mediana empresa.

Con este informe, pretendemos colaborar con los operadores en el entendimiento de uno de los factores que más ayuda en el desarrollo de las pymes y el aumento de su competitividad en el mercado: el uso de los servicios de telecomunicaciones móviles y el acceso a Internet.

Uno de los datos más reveladores obtenidos es que el porcentaje de pymes con el servicio de Internet contratado y en uso para el desempeño de su trabajo es del 68% en el 2005, produciéndose un estancamiento de la penetración con respecto al año 2004 (69%). Si se hace referencia a datos absolutos y teniendo en cuenta que este año hay 88.500 pymes más que el año pasado, el incremento del número de empresas con conexión a Internet con respecto a 2004 es de tan solo 47.000.

Otro dato, aún más revelador, es que aquellas empresas que no tienen contratados servicios de Internet alegan como principal motivo para no contratar dicho servicio, un 75% de los casos, que se debe a que *No les resulta útil*.

El estancamiento en el índice de penetración de Internet es preocupante. Sobre todo si atendemos a que las pymes representan en España el 99% del tejido empresarial, siendo uno de los motores de la economía del país y liderando la creación de empleo.

No cabe duda del papel que juegan las Administraciones Públicas como dinamizadores del proceso de implantación de la Sociedad de la Información. Sin embargo, a menudo se olvida el rol que los operadores de telecomunicaciones pueden jugar para fomentar el uso de nuevas tecnologías entre las pymes, aunque sean tan básicas como el acceso a Internet, y de la oportunidad que tienen de actuar como gestores de las TIC en las mismas.

En este sentido, los operadores deben esforzarse en entender el negocio y la problemática de las pymes, con el desafío que ello constituye tanto por la dispersión de necesidades entre los distintos sectores, geografías y tamaños de empresas, como por las características propias del atomizado tejido empresarial español.

Igualmente, deben diseñar soluciones innovadoras para las necesidades de las pymes y convencer a las mismas en términos de valor aportado, actuando, de esta forma, de evangelizadores tecnológicos.

Por último, tienen que saber ayudar en la gestión del cambio y asegurar la satisfacción y el impacto positivo que supone la implantación de estas tecnologías. En definitiva, también está en manos de los operadores contribuir a establecer la sociedad de la información en las pymes fomentando el acceso generalizado a sus nuevos servicios y aplicaciones, y mejorando la sensibilización y comprensión de las ventajas que suponen el uso de los servicios de telecomunicaciones. ♦