

# Mi Negocio

## El software libre salva las cuentas de la pyme española

La demanda de software de código abierto es abundante, pero un proyecto mal planteado acaba saliendo caro. La no compatibilidad de muchos sistemas acaba provocando duplicidades innecesarias.

E.A./G.E. Madrid

Las pymes españolas ya no son lo que eran. Según cifras de la consultora Everis, el 90% de las pequeñas empresas y cerca del 60% de los autónomos disponen de banda ancha fija en su día a día. Pese a este rápido avance, la asignatura pendiente sigue siendo las tecnologías que posibilitan el ahorro. Este problema, en tiempos de crisis, se ha convertido en una cuestión de supervivencia para muchos negocios.

Las pymes españolas no lo tienen fácil para invertir grandes cantidades en tecnología, aunque ésta pueda ser la solución perfecta para ver la luz al final del túnel de la recesión.

¿Un problema de bolsillo o de mentalidad? Los expertos apuntan a una conjunción de ambas cosas, si bien la primera, gracias al denominado software libre y a la externalización de servicios, se hace más fácil de sobrellevar. "Se trata de un conflicto de modelos mentales, ya que para introducir tecnologías, hay que modificar procesos, la forma de trabajar, las estructuras organizativas y la relación con el entorno empresarial", apuntan fuentes del sector.

En este contexto, el software libre se presenta como una buena alternativa. Se entiende como software libre, o informática de código abierto, aquella por la que no se paga una licencia. Los costes vienen derivados del posible desarrollo a medida de ciertas soluciones específicas y del soporte técnico. "En España, existe una oferta bastante va-



Las pymes y autónomos componen el 74% del tejido empresarial en España.

**La Introducción de tecnologías puede suponer cambios en el modo de trabajar y en los procesos**

**Se deben evitar las infraestructuras 'monstruosas', imposibles de mantener y controlar**

riada y, por lo general, de buen nivel", señala Pablo Ruiz Muzquiz, director de *Free & Open Source* de la consultora española Entel. "Como en todo, hay productos muy malos y profesionales poco fiables, pero las empresas más maduras ofrecen niveles de soporte técnico y de seguridad altísimos", asegura Ruiz Muzquiz.

En teoría, el software libre proporciona soluciones estándar y económicamente eficientes. Pero esto no siempre es así. "Uno debe tener la disciplina para saber dónde

está el límite de un desarrollo a medida porque, si no, acabará creando un *monstruo* imposible de gestionar y de mantener", recomienda el ejecutivo de Entel.

**Compatibilidad**

Después, está el problema de la compatibilidad. En el lado de las infraestructuras, el código abierto está muy extendido, con lo que no suele suponer una dificultad. No ocurre lo mismo con las aplicaciones de ofimática. "La incompatibilidad de, por ejemplo, *Word* con otros pro-

gramas similares provoca que, en muchas empresas, acaben teniendo las dos cosas", destacan fuentes de Novell. Precisamente, Novell fue la primera compañía en firmar un acuerdo de interoperabilidad con Microsoft, hace ya tres años. En la actualidad, algunas estadísticas revelan que el índice de duplicidades con *Office* ronda el 90% de las firmas que cuentan con aplicaciones de software libre.

En otros frentes, como por ejemplo el de la facturación

> Pasa a pág. siguiente

### Cinco pasos para modernizarse

● Los cambios empiezan por uno mismo. El primer paso consiste en **perder el miedo** a alterar la forma de trabajar de algunos empleados.

● Una vez superada esta rigidez, se deben **analizar todas las métricas** de la empresa y estudiar qué campos tienen posibilidades de mejora. Para conocer estas cifras, son útiles los programas de gestión general tipo ERP.

● La reorganización debe realizarse de forma **rápida**. Puede iniciarse por la implantación de pequeños procesos que se irán **continuamente mejorando**. Para esto, puede ser útil un software BPM.

● Además de la efectividad y la **alineación con la estrategia corporativa**, se deben analizar los ahorros de tiempos y **costes en todo el proceso** de la transformación (adquisición, implantación, integración, aprendizaje, etc.). Aquí entra en juego la **profesionalidad** de la consultora y del proveedor de soluciones TIC escogidos.

● Las entidades no son entes aislados. Es siempre necesaria la **comunicación con los agentes externos** (clientes, proveedores, etc.). En ocasiones, por costes o por preferencias de los clientes, será conveniente optar por una **externalización** de los servicios informáticos (*outsourcing*).

CON EL NÚMERO DE JUNIO

## LA 1ª GUERRA MUNDIAL

COMO NUNCA SE LA HABIAN CONTADO

YA A LA VENTA

DVD	FECHA	TÍTULO
1	1 de junio	El inicio de la guerra
2	8 de junio	La gran batalla
3	15 de junio	El campo de batalla
4	22 de junio	El pacto de la guerra
5	29 de junio	El fin de la guerra
6	6 de julio	El legado de la guerra

IIISTORIA

&lt; Viene de pág. anterior

electrónica, el formato que se recomienda desde Hacienda está basado en tecnologías abiertas.

Al hablar de software libre en la empresa, cabe distinguir entre tres variables. En primer lugar, la Administración Pública, que en sus discursos ha apoyado siempre esta variante de la tecnología, ha estancado el número de proyectos. "El software libre es una preferencia, no algo obligado; se trata de cumplir lo mejor posible con las necesidades", indican fuentes cercanas al Principado de Asturias, una de las comunidades que más fuerte ha apostado por las tecnologías no propietarias.

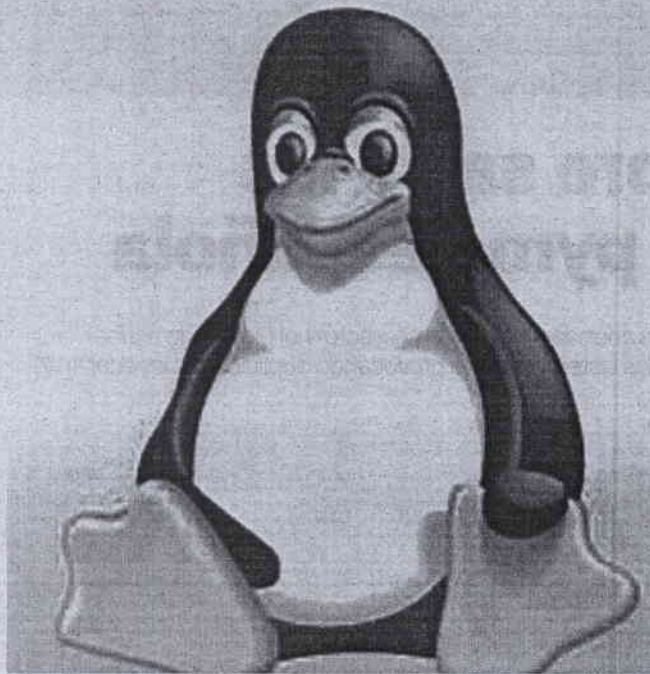
#### Más demanda

"Es la empresa privada la que está tirando ahora de las inversiones en proyectos informáticos", afirma Ruiz Muzquiz. Desde la federación nacional de empresas de software libre, Asolif, se calcula que el aumento de la demanda fue del 14% en 2009.

Y, en tercer lugar, se encuentran las compañías nacidas al amparo de estas nuevas tecnologías. No faltan los casos de éxito. Google, Facebook, YouTube, Yahoo!,... todas estas firmas basan sus servicios en sistemas de fuentes abiertas. En España, esto se puede aplicar a nombres como Tuenti, l1870.com o Idealista.com, entre otros. Internet es "la fórmula para llegar a los 24 millones de internautas españoles, de los que diez millones ya son compradores", concluyen desde el grupo de software Solmicro.

Según un reciente estudio elaborado por Cenatic (Centro Nacional de Referencia de Aplicación de las TIC basadas en fuentes abiertas), el software libre no hace sino escalar posiciones en España. "Ahora que ya existe la fórmula de pago por uso, por primera vez en mucho tiempo las pymes tienen la oportunidad de disponer de modelos tecnológicos que solo estaban disponibles para grandes empresas con muchos recursos", defienden desde Softec Cloud IT.

Del mismo modo, según un informe de esta última empresa, el 61% de las pymes es-



En la imagen, el pingüino que simboliza el sistema 'Linux', abanderado del software libre.

#### 'Madrid on Rails'

Esta iniciativa del Ayuntamiento de Madrid es pionera. Este centro promueve el uso de tecnologías abiertas en pymes para fomentar la mejora de la calidad de los servicios y la competitividad. Desde que se puso en marcha en junio de 2009, más de 200 pymes se han dado de alta como usuarias de las aplicaciones gratuitas para gestión de gastos, emisión de facturas o control de ventas. A cuarenta compañías se les está asesorando de forma directa y en un par de meses han conseguido ponerse al día en software libre. Este centro de innovación en Internet para pymes está localizado en Vicalvaro.

pañolas ha considerado la posibilidad de externalizar (*outsourcing*) para reducir costes en el último año. Softec Cloud IT afirma que el *outsourcing* posibilita ahorros del 50% en las infraestructuras tecnológicas de las pequeñas y medianas compañías. Además, las empresas se libran del grueso de su infraestructura tecnológica y, por lo tanto, de muchos costes de mantenimiento y del riesgo -muy común- de que su inversión quede pronto obsoleta.

**Posibilidades de negocio**  
Teniendo en cuenta que las pymes y los autónomos suponen el 94% del tejido empresarial en España, y ante un futuro próximo que incluye la

#### Un sector en crecimiento

Las firmas que desarrollan estas aplicaciones informáticas conforman el único sector pyme que avanza pese a la recesión. En 2009, estas compañías crecieron un 14%, según los datos de Asolif, la federación nacional de empresas de software libre. Este mercado engloba a 350.000 empresas con entre 5 y 7 empleados y una facturación media por compañía de 0,5 millones de euros. Sin embargo, las administraciones públicas españolas no tienen un discurso coherente a la hora de apoyar el sector del software libre, a pesar de que España es el segundo país productor de este tipo de soluciones.

#### CONTEXTO

La tecnología ha dejado de ser 'cosa de friquis' para convertirse en un buen modo de optimizar todos los procesos de una empresa. En tiempos de crisis y de globalización, se hace necesaria para disparar la competitividad.

#### Nuevos modelos de negocio

Más allá de la clásica distinción entre código abierto y software propietario, existen desde el estallido de la crisis nuevas modalidades de pago que reducen las barreras entre ambas posibilidades. Aquí entran en juego lo que se denomina *Software as a service* (software como servicio), que consiste, básicamente, en el pago por uso, y el llamado *Cloud computing*, por el que se entienden las aplicaciones que funcionan en red (por ejemplo, los servicios de correo electrónico tipo *Gmail* o *Hotmail*). En este segundo caso, la idea es librar a la pyme de los servidores y de buena parte de los gastos en informáticos y soporte.

subida en dos puntos porcentuales del IVA, las medidas de ahorro se hacen imprescindibles. Esta urgencia está impulsando, a su vez, algunos negocios dentro de la industria tecnológica, en áreas como la sanidad, la facturación electrónica, la gestión documental (optimización en la impresión y digitalización de documentos). Es el caso de firmas como Soler GDI, con su nueva plataforma para clínicas sanitarias de pequeño tamaño; ipsCA, en su negocio de facturas digitales, o Recycling System, especializada en el reciclado de cartuchos de tinta, entre otras muchas.

Otras dos áreas que se espera despeguen a lo largo de los próximos años son la educación y la justicia.

#### OPINIÓN

Ángel García Butragueño

## ¿Inteligencia o negligencia?

La industria turística acaba de ser víctima de un impacto atribuible a la naturaleza, la erupción del volcán islandés Eyjafjallajökull y la nube de cenizas que han sobrellevado gran parte del espacio aéreo europeo y que ha dejado en tierra miles de pasajeros que han sufrido, y siguen sufriendo, en un caso sin precedentes.

Este hecho y sus consecuencias arrojan pérdidas estimadas de 1.500 millones de euros al día al sector turístico. Ya se dice que dichas pérdidas superan a las del IIS, y eso que tardaremos meses en conocer la evaluación final.

La estrategia seguida por la UE, acertada en sus principios aunque falta de coordinación en su desarrollo, ha velado por la seguridad y apunta a ayudas de los Estados a las aerolíneas. Las consecuencias no son sólo para las aerolíneas, toda la cadena de valor sufrirá de forma contundente el cierre de prácticamente todos los aeropuertos europeos y urge solicitar ayuda pública para el sector en su conjunto.

Lo que se vislumbra a simple vista es la fragilidad del modelo de negocio de nuestra industria.

La nueva situación causada por el volcán viene a sumarse a la ya mermada rentabilidad de las empresas turísticas, que se ha visto acentuada aún más por la crisis económica y forzada por una guerra sin tregua de precios. Este escenario debería hacernos reflexionar sobre nuestra función, el valor que agregamos al consumidor empresa o particular, y el precio que se paga por ese valor. El número de empresas turísticas se está reduciendo. En el Turismo, las cifras de reducción de la facturación que se manejan son en torno a un 20%. A raíz de estos datos es obvio que se deben producir transformaciones radicales en algunos modelos de negocio y de ellas son una excelente prueba las marcas blancas en alimentación, a las que la crisis y nosotros los usuarios hemos llevado en volandas al crecimiento.

Es fundamental que el modelo de negocio del Turismo forme parte de estas transformaciones radicales para dar un paso más en su evolución, a través de 6 prioridades primordiales: Anticipación a los cambios; diversificación del modelo de negocio; concentración del sector; diseño de propuestas de valor diferenciales; capacitación de sus profesionales y rentabilidad.

Las tendencias de las nuevas generaciones de población anuncian una sociedad polarizada, pero que compartirá estilos de vida y valores más allá de las fronteras convencionales que hasta ahora éramos capaces de identificar, más allá de geografía, religión, sexo, política, edad, situación familiar o laboral. Por ello, para llegar al usuario del "mañana", hay que proveer servicios que permitan la libertad individual, la interconexión entre grupos, con un alma ética y convirtiendo todo ello en un sentido de la vida.

Se visionan 8 tendencias en la sociedad del año 2015: Tecnología al alcance de todos; capacidad de interactuar en grupo; la globalización; progreso de las economías emergentes; cultura de la conveniencia; la nueva autenticidad; sostenibilidad y la salud y el bienestar.

El mercado de viajes no recuperará los niveles de 2007 hasta dentro de 5 o 7 años, por entonces los viajes de largo recorrido aumentarán llegando hasta una estancia media de 5 noches frente a las 4 en la actualidad y los viajes de corto radio disminuirán hasta rebajar la estancia media de 2,3 noches hoy, hasta 2 noches en el año 2015.

La referencia de los viajeros serán las redes sociales donde ya, hoy, uno de cada dos viajeros acude a emitir o recibir valoraciones.

La crisis económica genera situaciones críticas, pero a la vez genera grandes oportunidades. Permanecer en los océanos rojos, en medio de batallas feroces entre los competidores, está a la orden del día como muestra ahora el sector hotelero que ve caer sus precios medios por un precipicio, o las líneas aéreas sorprendiéndonos con ofertas de importes irrisorios, o propuestas de agencias corporativas con *fee 0*, o incluso descuentos del 30% en los viajes vacacionales.

Sin embargo, saber navegar en aguas de océanos azules implica entender los factores macroeconómicos y microeconómicos, los comportamientos y hábitos de los consumidores, de las nuevas generaciones, y dibujar el nicho donde cada uno sabe y puede hacerlo mejor.

Los directivos de la industria del Turismo en España nos han mostrado en sucesivas ocasiones que saben divisar los océanos azules partiendo de aguas turbulentas, y, en esta crisis actual, lo volverán a hacer usando la inteligencia y no la negligencia.

Director Consultoría Turismo y Ocio de Brain Trust CS.