

## LA HERRAMIENTA

José Luis Zimmermann

### Internet, el océano azul para la exportación de las pymes

Un estudio reciente de la Escuela de Organización Industrial (EOI), la compañía de logística DHL y MasterCard, señalaba que un 31% de las pymes que tomaron parte en el mismo ven en la situación actual del mercado nacional una motivación para la exportación y que, de hecho, más del 50% de la facturación de una de cada tres pymes de entre 25 y 50 empleados procede de las ventas en el exterior.

El estado actual de la economía hace que el mercado nacional muchas veces no sea suficiente e Internet es el vehículo perfecto para, gracias a la innovación, alcanzar ese océano azul en el que el mercado de las pymes puede crecer de forma exponencial.

En este proceso las pymes se topan con tres problemas. El primero suele ser una escasa capacidad para definir una buena estrategia exportadora en Internet. El segundo es, frecuentemente, la falta de conocimientos técnicos o herramientas apropiadas para desarrollar la plataforma adecuada para facilitar el comercio electrónico de forma sencilla y segura a sus clientes potenciales. El tercero es poder contar con la capacidad logística y de atención postventa para satisfacer las demandas de los clientes.

En este difícil contexto varias empresas e instituciones se han unido para poner en marcha Digital Export Accelerator (www.export-accelerator.com), una iniciativa que busca contribuir al desarrollo económico del país ayudando precisamente a empresas medianas a iniciarse en la exportación de sus productos a través del comercio electrónico. Esta iniciativa proporcionará formación y dará el soporte necesario a cien compañías españolas de sectores clave como la moda, la decoración o los productos con denominación de origen para salvar los obstáculos mencionados, perderle el miedo a la innovación y ayudarles a llegar a nuevos mercados y clientes.

El número de empresas y usuarios que compran bienes y servicios online sigue aumentando pese a la crisis y la innovación tecnológica, junto con las numerosas opciones que tienen los usuarios para conectarse a la red, han conseguido aumentar significativamente el uso de Internet en todo el mundo, lo que supone una excelente oportunidad para el comercio. Además el poder de Internet está creciendo cada vez más al convertirse en la principal fuente de información para la compra de productos y servicios. Comparar productos y precios, valorarlos, pre-seleccionarlos es una parte importante previa a la venta online. Ese conjunto de actividades son claves a tener en cuenta a la hora de definir la plataforma, la información y los contenidos que las empresas proporcionan en Internet para llegar a más clientes y presentar sus productos o servicios de forma atractiva. La red ofrece infinidad de posibilidades tanto para ofertar los productos de una empresa, como para llegar a un público al que no se llegaría de otra forma. Internet acerca la oferta y la demanda, puede transformar lo local en internacional y romper todas las barreras y limitaciones geográficas, temporales e incluso económicas permitiendo que la especialización pueda triunfar. Este es el mensaje que nuestras empresas deben tener claro para hacer valer fuera, gracias a la red, la calidad, el diseño, la innovación y tantas otras cualidades que las distinguen.

Además el poder de Internet está creciendo cada vez más al convertirse en la principal fuente de información para la compra de productos y servicios. Comparar productos y precios, valorarlos, pre-seleccionarlos es una parte importante previa a la venta online. Ese conjunto de actividades son claves a tener en cuenta a la hora de definir la plataforma, la información y los contenidos que las empresas proporcionan en Internet para llegar a más clientes y presentar sus productos o servicios de forma atractiva.

La red ofrece infinidad de posibilidades tanto para ofertar los productos de una empresa, como para llegar a un público al que no se llegaría de otra forma. Internet acerca la oferta y la demanda, puede transformar lo local en internacional y romper todas las barreras y limitaciones geográficas, temporales e incluso económicas permitiendo que la especialización pueda triunfar. Este es el mensaje que nuestras empresas deben tener claro para hacer valer fuera, gracias a la red, la calidad, el diseño, la innovación y tantas otras cualidades que las distinguen.

La red ofrece infinidad de posibilidades tanto para ofertar los productos de una empresa, como para llegar a un público al que no se llegaría de otra forma. Internet acerca la oferta y la demanda, puede transformar lo local en internacional y romper todas las barreras y limitaciones geográficas, temporales e incluso económicas permitiendo que la especialización pueda triunfar. Este es el mensaje que nuestras empresas deben tener claro para hacer valer fuera, gracias a la red, la calidad, el diseño, la innovación y tantas otras cualidades que las distinguen.

**JOSÉ LUIS ZIMMERMANN** es director general de adigital



# «El ingeniero sobrevive mejor a la crisis porque es muy competitivo»

La especialización les permite mantener la tasa de paro en un 13% Los técnicos industriales se preparan para inspeccionar la salud energética de las viviendas

Rubén Nóvoa

El empleo cualificado y especializado como el mejor salvavidas contra la crisis. Esa es la teoría que defiende el Consejo General de la Ingeniería Técnica Industrial (CGITI), que se ha enfrascado en una intensa campaña para divulgar lo que denominan la acreditación profesional. Se trata de una herramienta que permite facilitar los perfiles de los ingenieros, al agruparlos por categorías en función de su experiencia y su formación añadida. Este nuevo modelo distingue entre ingenieros júnior, sénior, advance y expertise.

Es una de las medidas adoptadas por el sector y que confían les permita capear la crisis. «Es una herramienta que al empresario le va a ayudar a encontrar el perfil del ingeniero que necesita y se adapta a sus necesidades. También sirve para fomentar la competitividad», detalló José Antonio Galdón.

De momento, los ingenieros técnicos industriales logran mejores datos de empleo que la media nacional, ya que su tasa de paro es del 13%, una cifra sensiblemente inferior a la media nacional que se dispara hasta el 25%. «Las empresas no están despidiendo a ese perfil profesional, aunque si es cierto que no se potencia y no se está generando más empleo para nuestro sector», explicó José Antonio Galdón, presidente nacional de los ingenieros técnicos industriales durante una reciente visita al colegio oficial de Ourense. Se trata de un colectivo que reúne a 96.000 colegiados en España.

Otra vía para los ingenieros es, según detalla el presidente de los técnicos industriales, buscar empleo en otros países con una mayor actividad industrial: «Estamos muy valorados y nos reclaman con asiduidad para trabajar en el extranjero». En España, su próximo reto



Galdón preside a los ingenieros técnicos industriales en España. | SANTI M. AMIL

será acometer la certificación energética del parque de viviendas de España. El objetivo es que cuando alguien vaya a comprar un inmueble se encuentra con un certificado que le informe de la salud de la propiedad. «Hay mucha inversión por realizar. Las viviendas nuevas se adaptan al nuevo código técnico que presenta exigencias que mejoraba mucho la eficiencia energética y fue un salto importante. Sin embargo, en el parque de viviendas son muchas las actuaciones que se deben acometer», concluyó Galdón.

#### LA SALIDA DE LA CRISIS

«La crisis tiene que ayudar a reinventarnos. Es una época de oportunidades y nos está enseñando mucho a los que ya estamos. Lo que no queremos es que limite las posibilidades a los ingenieros que están estudiando y saldrán al mercado laboral». Esa es la receta que aplica José Antonio Galdón para tratar de aportar su granito de arena que saque al sector de la crisis económica. Entre las ventajas que considera que tienen está su ver-

satilidad: «Tenemos una fortaleza que nos define con respecto al resto de profesiones. Nos adaptamos a cualquier campo de trabajo. Eso nos hace que seamos competitivos y tengamos más facilidad para encontrar trabajo»

En esa misma línea, considera que la compleja situación económica que atraviesa el país, y en particular la industria, debe servir para reinventar el colectivo: «Es una época de oportunidades y nos está enseñando mucho a los que ya estamos. Lo que no queremos es que limite las posibilidades a los ingenieros que están estudiando y saldrán al mercado laboral».

#### LOS COLEGIADOS GALLEGOS

El presidente del CGITI habla de los colegiados gallegos. Asegura que se trata de un colectivo «proactivo y que tienen una implicación directa con la sociedad y que están muy involucrados. Nuestra profesión todo lo que obtiene prestigio de la sociedad y nuestra obligación es intentar devolvérselo».

# ¡Protégete!

Centro de información sobre Prevención de Riesgos Laborales

email: prevencion@cec.es

www.cec.es

cec

CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DE LA CORUÑA

Con la financiación de:  
FUNDACION PARA LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

IT-0179/2011