

‘El 70% de las empresas que se crean no duran más de tres años’

🕒 01:35



Ana María Llopis fue la encargada de lanzar el primer banco online en España



"Openbank" (del Grupo Santander) y es una de las mujeres emprendedoras más importantes a nivel nacional. La constante innovación, la adaptación a las nuevas tecnologías y el ensayo prueba-error son para la empresaria las bases del éxito en los negocios.

M. FERNÁNDEZ

La directiva empresarial y consejera delegada de Ideas4all, Ana María Llopis, ha sido invitada de honor de la última reunión que celebró el Circulo de Economistas de Alicante. Llopis se encargó de lanzar a los pequeños y medianos empresarios alicantinos un mensaje positivo frente a la crisis y subrayó la importancia que para los negocios tienen en la actualidad las nuevas tecnologías y, en concreto, las redes sociales.

¿En qué fase se encuentra en la actualidad la relación del sector empresarial alicantino con las nuevas tecnologías?

Las pequeñas empresas están entrando cada vez más en las nuevas tecnologías. El 70% de las firmas que se crean no duran más de tres años y el 10% no sobrevive más de cinco, es decir, que son mercantiles muy jóvenes y que afrontan los riesgos de siempre, antes y durante la crisis. En este sentido, si utilizamos bien las nuevas tecnologías y las redes sociales para la parte de comercialización, de comunicación, de conectividad, podemos hacer que dichos riesgos disminuyan y tengamos más éxito en el mercado.

Además, a estas medidas no sólo puede acudir una empresa de tecnología, puede ser una del sector de la hostelería, de turismo o de muebles.

¿Hacia dónde deben dirigir sus negocios las pymes?

La globalización que permite el uso de Internet y las redes sociales con una inversión mínima es fundamental. Uno de los puntos más importantes es la conectividad que

estas plataformas desarrollan. Sabemos que entre el 60% y el 80% de los españoles está en una red social, y que los trabajadores las utilizan para desempeñar sus tareas y comunicarse con sus jefes. Así, las empresas que no entran en esta dinámica de las redes sociales se quedan atrás y no sólo es Facebook, Twitter o Tuenti, sino que es una manera de comunicarse mucho más eficaz que acorta distancias y que permite mejores resultados de comercialización en las empresas.

Diversos oficios tradicionales se han reinventado a través de Internet y de las redes sociales, ¿cuáles son las ventajas de un modelo de negocio que cuente con estos factores?

Los oficios artesanos, el arte y hasta el circo se han revitalizado gracias a las nuevas tecnologías. Este proceso recuerda un poco la comunicación que se daba en la antigüedad, porque un comerciante a escala pequeña hoy es capaz de internacionalizarse. Es decir, que su producción es local, pero su mercado es el mundo entero, es un factor que se empieza a ver claramente y una oportunidad en medio de la crisis, que nos echa a todos al suelo, pero que nos muestra la forma en que debemos levantarnos.

¿Cuál es la fórmula para mantenerse y triunfar en el sector empresarial?

En la actualidad no está tan claro que ni empresas grandes ni pequeñas logren perdurar en el tiempo. Pero grandes firmas han reconocido los cambios y han sabido adaptarse a las nuevas tecnologías, se han reinventado a base de innovación y han seguido el método del ensayo error y ello ha funcionado.

Como especialista en banca online, ¿qué opina sobre la inmersión del sector financiero español en la red?

España ha sido uno de los países europeos más adelantados en lo que se refiere a los servicios financieros en Internet. Los jóvenes ya casi no utilizan las sucursales, salvo para algún tipo de asesoramiento más específico.

Entonces, ¿se acabará imponiendo el uso de Internet en los procedimientos financieros?

El cliente es el que finalmente va a elegir cuál es el canal que desea utilizar en cada momento. Los usuarios utilizan los servicios online para operaciones cotidianas, pero no será extraño que en breve podamos pagar nuestras compras a través de dispositivos móviles como los teléfonos.