



Debates en Newsbook

Las pymes, grandeza de España

S M B

Las pymes, superhéroes sin capa, siguen resistiendo contra viento y marea en un mercado azotado por continuos cambios económicos, sociales y políticos. Motores de la economía, son fundamentales en la estrategia de los fabricantes tecnológicos y en el ecosistema de partners que se encarga de comercializar sus soluciones y servicios. Tras años de evangelización, muchas pymes ya consideran que la tecnología es una herramienta para su competitividad y productividad. Y, sin duda, para incrementar su grandeza en España.

Marilés de Pedro

acer

e esprinet

INGRAM[®]
MICRO

GRUPO
MCR

tp-link

Wolters Kluwer



Grandes valores y grandes retos

Las pymes españolas siguen siendo el motor de la economía: representan el 99,8 % del total de las empresas en España, una cifra que se ha mantenido estable durante los últimos años y que se alinea con la de otros países del entorno europeo. Con un total de 2,9 millones de pymes en el país, estas compañías no solo articulan el ecosistema productivo, sino que también generan más del 60 % del empleo.

Son pequeñas pero su valor es enorme. "Tienen una enorme capacidad de adaptación. Saben reinventarse y buscar alternativas", analiza Iván Somolinos, director comercial de canal en MCR.

También su enorme capacidad de trabajo. "Demuestran una enorme valentía y una enorme capacidad para afrontar los continuos cambios", cree Óscar Visuña, director del negocio de empresa de Acer para España y Portugal. También capacidad de trabajo; "a la que hay que dotarla de tecnología para que incremente su productividad por hora".

La rapidez y la flexibilidad en la toma de decisiones es otro tema esencial. "Son muy buenas en este apartado", asegura Martín Trullás, director del área de Advanced Solutions de Ingram Micro. "La pyme es muy



rápida para decidir alguna acción; su capacidad de adaptarse a los nuevos tiempos es uno de sus principales valores".

Según un estudio de Hiscox España, el 45,7 % de las pymes aún no cuenta con una estrategia digital definida; un elemento, esencial, para que la digitalización llegue a buen puerto. "En todas las pymes debe existir un proyecto de transformación. Algunas, las más pequeñas, no cuentan con esa capacidad; por lo que

necesitan socios tecnológicos que les den asesoramiento para poder desplegarlo", recuerda José María Molero, *sales channel manager* en Wolters Kluwer Tax & Accounting España

Según el II Informe de Pymes y Autónomos Hiscox 2024, el 63,9 % de las pymes españolas había tomado o planeaba tomar medidas para digitalizarse, marcando un retroceso frente al 70,8 % registrado en 2022. La inversión destinada a la digitalización, aseguraba



esta consultora, había disminuido: en este 2025, las empresas planean dedicar el 12,6 % de su presupuesto general a esta área, una notable caída respecto al 18 % de 2022. "Las pymes tienen que considerar la tecnología como una inversión y no como un gasto. Se trata de un cambio, necesario, en su mentalidad: tienen que observarla como un elemento clave para mejorar el negocio e incrementar su productividad, deben observarlo como una inversión", razona Juan Sanz, *distribution sales director* de TP-Link España.

Un cambio de mentalidad que está unido, en muchas empresas, a la incorporación de nuevas generaciones. "Hay una creación de empresas pequeñas, con emprendedores jóvenes, que entienden que la tecnología es clave para el negocio", apunta Ana Pamplona, *B2B area manager* de Esprinet. En contraposición, hay pymes, con una mentalidad más tradicional, a las que les cuesta cambiar. "Son empresas a las que les falta una formación digital", analiza. "Más que si se invierte o no, es básico observar en qué, cómo y para qué".

Un estudio de Grupo Aitana – Opentix, realizado en 2024, revelaba que el 47 % de las pymes españolas considera insuficiente su nivel de digitalización, clasificándolo como bajo (22 %) o mínimo (25 %). Solo



el 19 % de las empresas encuestadas afirmaba tener un alto nivel de uso tecnológico. "Hay que invertir en tecnología; pero también hay que invertir en personal para poder sacar el máximo rendimiento. La pyme puede contar con la mejor tecnología, pero si no se dispone de un personal, formado, para gestionarla,

no disfrutará de todas las ventajas que ésta permite", remata Iván Somolinos.

El Kit Digital

Si hay una iniciativa que ha marcado el paso de la digitalización de la pyme en los últimos años ha sido



el Kit Digital. Desde su lanzamiento, en marzo de 2022, según datos de Red.es, ya ha beneficiado a casi 600.000 empresas y ha movilizado alrededor de 2.300 millones de euros.

En mayo del año pasado se creó la categoría "Puesto de trabajo seguro", que incluyó un dispositivo de hardware que debía tener integrado en el producto y en el precio una licencia que cumpliera con determinados requisitos de ciberseguridad, además de encriptado/cifrado en reposo, que asegurara la privacidad de los datos y documentos almacenados en el dispositivo. Una categoría que se dirigió al grupo de las empresas de entre 0 y menos de tres empleados, con una cuantía máxima subvencionable de 1.000 euros. También se amplió para este tipo de compañías la cuantía de la ayuda de 2.000 a 3.000 euros. La última novedad fue la inclusión de las medianas empresas, entre 50 y menos de 100 empleados, como beneficiarias de la ayuda (hasta 25.000 euros) y entre 100 y menos de 250 empleados, para las que el bono digital es de 29.000 euros.

La inclusión del "Puesto de trabajo seguro" ha sido un "revulsivo en el canal. Se vendieron muchas unidades el pasado año y confiamos en que se sigan vendiendo a lo largo de 2025", analiza Ana Pamplona.

"La inclusión del "Puesto de trabajo seguro" ha sido un revulsivo en el canal"

Cuando se anunció, los fabricantes diseñaron soluciones que aseguraran un buen margen, para impulsar el negocio del PC y dotar a ese segmento, crítico, de la economía española con un dispositivo. "En España hay menos de 1.000 compañías con más de 1.000 empleados, lo que da una idea del número enorme de empresas en el área de entre 0 y 3 empleados", señala Óscar Visuña. A juicio del directivo de Acer, estamos en un punto de inflexión. "Hemos dotado a las pymes de tecnología y ha habido un esfuerzo muy importante por parte de la Administración y del ecosistema tecnológico para darles las mejores soluciones, adaptándolas a los diferentes segmentos", reflexiona. "Ahora bien, se debe ir más allá del PC gratis ya que deben seguir invirtiendo: es necesario ayudarlas a que vean el valor de las soluciones que deben acompañar al dispositivo".

Martín Trullás señala la buena repercusión que ha tenido en el negocio de la ciberseguridad. "Damos un

servicio completo al cliente con la inclusión de una capa de protección. Ha sido un catalizador de las ventas". También para el área de las comunicaciones. "Un PC nuevo requiere una red más potente, ya que debe soportar un mayor número de dispositivos conectados", puntualiza Juan Sanz.

Desde el punto de vista del software de gestión, un área incluida desde el lanzamiento en 2022 del Kit Digital, muchas pymes han podido incorporarlo a sus sistemas. "La pyme, sobre todo la más pequeña, está viviendo una etapa de transformación que exige recursos. Muchas han aprovechado para actualizar su software y contar con procesos que antes no tenían y que ahora, con un software de gestión, pueden automatizar", señala José María Molero.

¿Qué frenó el desarrollo del Kit Digital?

El complejo proceso burocrático fue uno de los frenos al desarrollo del Kit Digital. Una barrera que los



*"La pyme es el motor
de la distribución"*

mayoristas trataron de ayudar a salvar con programas específicos, enfocados en su red de agentes digitalizadores y su ecosistema de *partners*. "Una vez que el proceso se ha agilizado, se ha notado en el despliegue de los proyectos", señala Martín Trullás.

El riesgo financiero es un tema muy relevante. "Si no sabes bien cómo ejecutar la ayuda, y, posteriormente, demostrar los resultados, la subvención se retra-

sa o se deniega", recuerda Óscar Visuña. "Mayoristas y fabricantes hemos diseñado dispositivos con un mayor margen de rentabilidad para que se pueda acometer el proyecto con una solidez financiera".

José María Molero insiste en la obligación de que haya un proyecto, más allá de la subvención. "La pyme adquiere un compromiso de que el equipamiento está vinculado con un proyecto de transformación digital.

Si eso no es así, puede haber riesgo". Molero recuerda que algunos agentes digitalizadores, encargados de gestionar muchos proyectos en las pymes, de manera simultánea, tuvieron que soportar un enorme endeudamiento, "hasta que se liberaron las subvenciones".

Kit Consulting

El pasado 31 de marzo finalizó el plazo para presentar las solicitudes al plan de ayudas del Kit Consulting, un programa para asesorar en nuevas tecnologías a pymes de entre 10 y menos de 250 empleados. Red.es ha hecho balance, señalando que el 82 % de las pymes que han recibido los bonos de asesoramiento también ha recibido las ayudas del programa Kit Digital. Ana Pamplona lo observa con un sentido complementario. "Las compañías más grandes requieren proyectos más personalizados y el Kit Digital no cumplía con estos requerimientos", analiza.

Una iniciativa que, por su mayor complejidad financiera y administrativa, observó una menor masa de agentes digitalizadores. "El Kit Consulting abría la posibilidad a las pymes de contar con una consultoría y disfrutar de una visión más global de su negocio", completa Juan Sanz.



Sigue pesando el precio

Tras la aceleración, evidente, que ha tenido la digitalización de la pyme española en los últimos años, ¿sigue teniendo el precio el mismo peso en la toma de decisiones? Los representantes de los fabricantes y los mayoristas reconocen que aún sigue siendo un elemento importante. Somolinos asegura que sigue siendo el factor clave. "Aunque cada vez se tiene más en cuenta el valor que puede aportar una solución y los presupuestos son más flexibles, el precio sigue siendo un factor importantísimo en las decisiones de los clientes".

Ana Pamplona introduce al canal como asesor para que el precio no sea el factor decisivo. "Aquellas pymes que cuenten con un *partner* que les transmita confianza y que sea capaz de explicar que, aunque el coste sea mayor, los beneficios serán mejores, observarán un menor peso del precio en sus inversiones". Para Óscar Visuña, el acceso a la información que tienen consumidores y pymes les concede una mayor soberanía en sus decisiones. "En el caso de la pyme, cuanto más digitalizada esté y cuanto más entiende que la digitalización es una ventaja competitiva, el servicio empieza a coger más relevancia".

"En todas las pymes debe existir un proyecto de transformación digital"

Para Martín Trullás, aunque reconoce que es sensible en el diseño de una oferta de un *partner* a su cliente, en áreas como la protección del puesto de trabajo, que incluyen soluciones para hacer frente, por ejemplo, al *ransomware* o al *phishing*, rebaja su protagonismo. "Las fórmulas del pago por uso han facilitado el despliegue de servicios, permitiendo a la empresa una mejor gestión de los costes".

Uso de la IA

La "irrupción" de la IA en el mercado también está empapando a las pymes. Recuerda Juan Sanz que el presupuesto también va a influir en la calidad del uso. "Muchas pymes están optando por ChatGPT; las empresas más grandes, sin embargo, tendrán acceso a mayores recursos, con soluciones más ventajosas". La mejora de la experiencia del usuario es uno de los grandes beneficios. "Hacer uso de herramientas de

inteligencia artificial ayuda a las pymes en su relación con sus clientes", señala Martín Trullás, quien también se refiere a que su inclusión en el PC le convierte en un "*personal assistant*", simplificando el día a día de los usuarios. "Acelera la toma de decisiones. La IA puede ser un catalizador de negocio".

El concurso del canal vuelve a ser esencial. "También en el uso de la inteligencia artificial es esencial que la pyme elija a sus compañeros de viaje que le muestren cómo exprimir esa tecnología y que le ayuden a poder implementarla", señala Ana Pamplona.

La IA va a ser un factor de democratización de la tecnología. "La pyme tiene muchas capacidades pero le faltan recursos, y el uso de la inteligencia artificial puede ser una gran ayuda para que la pyme tenga idénticos recursos a los de una gran compañía", señala Óscar Visuña. Cuenta el factor tiempo. "Quien antes adopte la tecnología va a tener una ventaja competitiva".

La pyme, clave para el mayorista

El canal que se dirige a la pyme mueve el mayor negocio del canal mayorista. En 2024 fue exactamente del 39 %, según Context. Un área que el pasado año



creció un 5 %, con un espectacular cuarto trimestre en el que el ascenso del negocio de los distribuidores que se dirigían a la pyme fue del 17 %. "Son una parte fundamental del negocio de los mayoristas", corrobora Iván Somolinos. "La evolución de las pymes pasa por especializarse y aportar valor. La evolución ha sido muy positiva y la transformación que están tomando les asienta para asegurar un futuro más sólido".

Martín Trullás sitúa a la pyme como el motor de la distribución. Un canal de distribuidores que ha evolucionado y que en los últimos años se ha consolidado, un proceso que también ha vivido el canal mayorista. "Se trata de una consolidación que afecta a todos los segmentos y que concede una mayor estabilidad y profesionalidad. Los distribuidores son más especialistas y pueden ofrecer una mejor solución a sus clientes".

Pamplona asegura que este proceso de consolidación permite dar una solución 360 al cliente final gracias a que se aglutinan los conocimientos en torno a las redes, la nube o el entorno del centro de datos. "Contamos con un canal consolidado, muy fuerte, capaz de dar un servicio excepcional a los clientes finales".



La oportunidad del PC

El peso del PC, aunando los portátiles y los equipos de sobremesa, es del 16 % en el negocio de los mayoristas en España. Un porcentaje que rozaría el 20 % si se suman las tabletas.

Tras dos años complicados, hay muchos factores que permiten ser optimistas con este mercado en este 2025. El primero, el epígrafe "Puesto de trabajo segu-

ro" que ha sido capaz de movilizar más de 150.000 equipos desde el pasado mes de mayo y que se alargará hasta el próximo 31 de octubre. No es el único vector de crecimiento. "La IA es un motor importante para la innovación y va a relanzar las compras de PC", señala Visuña. También se prevé la renovación del parque de PC que ya cuenta con más de cinco años con todo el boom que se vivió en 2020 y 2021. El fin



de vida del soporte de Windows 10, que incluye un elemento diferenciador en relación con otras renovaciones anteriores el próximo mes de octubre es otro elemento esencial. "La seguridad es muy importante y va a impulsar la migración", señala. "Es un momento único y vamos a tener un año magnífico".

La conectividad en la pyme

Tras un par de ejercicios complicados para el mercado de las redes, las consultoras conceden a 2025 muy buenas perspectivas, vaticinando un crecimiento del 16 %. Según la consultora Context, en el primer trimestre el mercado ha crecido un 2 %. Juan Sanz asegura que, para una gran parte de los negocios, la conectividad es una de las prioridades y perciben la importancia de contar con "una base sólida, rápida, fiable, estable y escalable. Una buena comunicación es esencial en el servicio que la pyme da a sus clientes". Sanz defiende que el sector empresarial es el área de mayor oportunidad para el canal. "Hay distribuidores, formados y certificados, que cuentan con la capacidad suficiente para ser prescriptores de los productos que dan un mejor servicio".

El reto de las normativas

Dos normativas señalan retos esenciales para las pymes: la Ley Antifraude y la Ley Crea y Crece. En diciembre de 2023 el Gobierno dio luz verde al Reglamento de la primera. Esta normativa establece la obligatoriedad de disponer de un registro de facturación con el fin de evitar el fraude fiscal. Todas las transacciones comerciales deberán generar una factura y su correspondiente anotación en el sistema informático y el software tendrá la obligación de guardar el registro de facturas, preservando los datos e impidiendo la alteración de dichas anotaciones, para que puedan ser remitidas a la AEAT (sistema de emisión de facturas verificables o sistema Verifactu). Este reglamento aplica a todos los obligados tributarios que utilicen software de facturación y que deberán asegurarse de que su programa esté adaptado antes del 1 de enero de 2026,

en el caso de los contribuyentes al Impuesto de Sociedades, y antes del 1 de julio del 2026 para el resto de empresas y autónomos.

Por su parte, la ley Crea y Crece, promovida desde el Ministerio de Economía, trata de obtener un formato único para presentar las facturas que, de momento, aún no está aprobado. Una ley que deberán cumplir las grandes empresas en 2027, decreciendo posteriormente en función del volumen.

"Seis de cada diez pymes no saben todavía que el día 1 de enero de 2026 tienen que anunciar si optan o no por Verifactu: seis meses después lo deberán hacer los autónomos", señala Molero. Un cambio normativo que afecta también a las casas de software que deben contar con sus programas adaptados a la nueva legislación el próximo 29 de julio; y que en el caso de Wolters Kluwer ya cuentan con ello.

Las pymes, grandeza de España

2'52". Si hay una iniciativa que ha marcado el paso de la digitalización en los últimos años ha sido el Kit Digital. ¿Cuál es la valoración del impacto que ha tenido en la digitalización de la pyme española?

10'. ¿Ha sido la tramitación burocrática el principal freno para el desarrollo del Kit Digital?

12'45". El pasado 31 de marzo finalizó el plazo para presentar las solicitudes del Kit Consulting, un programa para asesorar en nuevas tecnologías a pymes de entre 10 y menos de 250 empleados. ¿Cuál es su percepción acerca de sus resultados?

16'. Tras la aceleración de la digitalización de la pyme española, el precio, ¿ha bajado en la lista de factores decisores?

22'06". ¿En qué cree que destaca la pyme española?

27'. ¿Dónde observan las mayores carencias de estas empresas?

37'41". Uso de la IA. Muchos fabricantes defienden su "democratización" en las empresas. ¿Será así o habrá una mayor ventaja para la gran empresa?

46'55". El canal que se dirige a la pyme mueve el mayor negocio del canal mayorista. ¿Cómo valoraría su evolución en los últimos años?

51'39". Tras dos años complicados, todo apunta a que volveremos al crecimiento del mercado PC. ¿Qué factores tirarán de su venta?



55'22". Analizando la evolución de la inversión de la pyme en materia de conectividad, ¿hay una mayor profesionalización de su equipamiento o muchas siguen tirando de soluciones de consumo?

58'12". ¿Qué retos abre a la pyme las nuevas normativas: la Ley Antifraude y la Ley Crea y Crece?



"Trabajamos para proponer a nuestro canal una propuesta más allá del Kit Digital"

Celebra Óscar Visuña, director del negocio de empresa de Acer para España y Portugal, el éxito de la inclusión, hace un año, del epígrafe "Puesto de trabajo seguro" dentro de Kit Digital, dirigido a las microempresas de entre cero y tres empleados. Sin embargo, explica que hay que ir más allá del dispositivo. Como compañía que canaliza todo su negocio a través del canal de distribución, está trabajando junto a sus *partners* para ofrecer a estas empresas una batería de servicios, como ampliaciones de garantía, y soluciones complementarias, como pantallas o *dock stations*. "Hay que incrementar su competitividad".



VER VÍDEO



Óscar Visuña, director del negocio de empresa de **Acer** para España y Portugal



"Uno de los grandes pilares de crecimiento va a ser la inteligencia artificial"

La pyme es motor del negocio de Esprinet. Ana Pamplona, B2B *area manager* de Esprinet, señala que vivimos un momento de revolución tecnológica, con la inteligencia artificial como uno de sus pilares, situándose como motor de crecimiento para la pyme. Junto a ella, la migración a Windows 11 y el desarrollo del Kit Digital, tras los buenos resultados cosechados en 2024, señalan otras vías de desarrollo. "El canal debe seguir prescribiendo las soluciones que permiten a nuestras pymes ser más eficientes, productivas y competitivas".



VER VÍDEO



Ana Pamplona, B2B *area manager* de Esprinet



La pyme, motor de negocio de Ingram Micro

El área de la pyme es uno de los motores de Ingram Micro. Martín Trullás, director del área de Advanced Solutions del mayorista, señala que se trata de un negocio que crece año a año con un objetivo: contribuir a su proceso de transformación digital a través de la iniciativa del Kit Digital, con especial incidencia en el epígrafe "Puesto de trabajo seguro", en el que, además del dispositivo, el mayorista ha sumado sus soluciones de protección de este entorno. "También son claves los servicios de formación y consultoría".



VER VÍDEO



AMartín Trullás, director del área de Advanced Solutions de **Ingram Micro**



"Vamos a seguir creciendo en el área de la pyme"

Iván Somolinos, director comercial de canal en MCR, señala que 2025 será un año de crecimiento para el mayorista, lo que también se reflejará en el mercado de la pyme. Un año 2025, especial para el mayorista, ya que cumple 25 años en el mercado. "Es un ejercicio muy especial para MCR, en el que llevaremos a cabo una gran inversión en el apartado logístico, con un nuevo almacén, aumentando casi un tercio el espacio actual". También se potenciará el desarrollo de la web, "otro pilar fundamental en MCR".



VER VÍDEO



Iván Somolinos, director comercial de canal en MCR



"Las pymes deben invertir en una red sólida, fiable, rápida y escalable"

Contar con una red sólida, fiable, rápida y escalable es esencial para las pymes. Juan Sanz, *distribution sales director* de TP-Link España, señala su importancia y el papel, clave, que tiene el ecosistema de *partners* en proveérselo. En el caso del fabricante, señala su producto OMADA, que cuenta con capacidades de videovigilancia y de seguridad. Una solución que permite una gestión centralizada y en remoto. "No todas las pymes disponen de personal para llevarlo a cabo lo que señala la importancia del *partner*".



VER VÍDEO



Juan Sanz, *distribution sales director* de **TP-Link** España



"Seguiremos aportando a la pyme herramientas para hacerlas más eficientes"

Motor de negocio para Wolters Kluwer Tax & Accounting España, la pyme seguirá contando con la innovación que genera la multinacional para proveerla de herramientas para incrementar su productividad y eficiencia. José María Molero, *sales channel manager* de la compañía, asegura que en este 2025 seguirán haciendo crecer el negocio en torno a este crítico segmento, con herramientas para el desempeño en los ámbitos laboral, fiscal y contable: es el caso de a3innuvaERP, a3gestión del tiempo, para el registro horario; o el desarrollo de su *marketplace*.



Wolters Kluwer

VER VÍDEO



José María Molero, *sales channel manager* de
Wolters Kluwer Tax & Accounting