

¿Debería su pyme unirse a una asociación?

Ventajas que tiene para las pymes asociarse a una organización de su sector

LUCÍA VERA HERVÁS
MADRID

Promover el asociacionismo entre las pequeñas y medianas empresas de nuestro país puede ser una manera idónea para defender sus intereses frente a las grandes corporaciones e, incluso, la Administración pública. Esta es una de las conclusiones que destaca Tomás Castro, presidente de Conetic. Esta confederación de asociaciones de empresas de tecnologías en España cuenta con más de 1.300 asociadas y, de ellas, más de la mitad son pymes.

Castro asegura que para una pequeña empresa unirse a una asociación es clave para poder desarrollar y expandir su negocio. Cuando una pyme pertenece a una asociación estará informada "de todas las novedades e iniciativas futuras y en curso", pero también "facilita el acceso a la formación, impulsa el *networking* con otros actores del mercado (...), favorece la participación en iniciativas de negociación de inversiones, créditos, etc."

Ventajas competitivas

"El valor recibido es mayor del coste de la cuota y la capacidad de rentabilizar la aportación es importante". Así lo asegura Jaime Marín, director de desarrollo de negocio de Fiizy. Esta empresa pertenece a varias organizaciones, y la última incorporación ha sido en la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI). La motivación de Marín para unirse a estas asociaciones es la oportunidad de acceder a las noticias y tendencias más importantes del sector. Pero además

porque hay un desarrollo continuo y se comparten "experiencias con empresas de tu mismo sector o sectores adyacentes". Asimismo, se brinda la posibilidad de poder "generar contactos y utilizarlos más allá de tu propio alcance". Eso sí, los recursos (la cuota) que se invierten en pertenecer a la organización tienen que compensar con el beneficio que se recibe.

"Somos capaces de llegar a mejores acuerdos con los proveedores", subraya Beatriz Hernández, responsable de eventos de Omnitel. Su asociación con Aevea le ha permitido sacar partido recibiendo ayuda de otros asociados, así como "acceder de forma más directa a contactos de proveedores especializados, a eventos de *networking*, etc.". Especialmente cuando se hacen negocios con empresas en el extranjero, es "herramienta para entender mejor las culturas corporativas e idiosincrasias de cada país", según la experiencia de Juan Millán, socio director de Gedeth Network.

Para todo tipo de empresas

Lo más interesante de las asociaciones para las pequeñas y medianas empresas es que están adaptadas a su tamaño y necesidades. Más del 99% del tejido empresarial de nuestro país son pymes, por lo que las organizaciones ofrecen los servicios que más puedan interesar a este tipo de empresas.

Michael Di Santo es el director de la Cámara de Comercio Canadá en España y asegura que en su organización cuentan con empresas de todos los volú-



menes y envergadura, incluso micropymes. A pesar de su tamaño, la Cámara les da un servicio a medida, según sus necesidades, "tomando en cuenta su oferta, nicho de mercado, momento en su expansión internacional, y enfocar en dónde necesitan ayuda".

Pertenecer a una Cámara bilateral como esta supone "estar visible, con otros jugadores en esa relación entre España y Canadá, de empresas privadas como instituciones semiprivadas y públicas. La Cámara es un conector entre esas entidades".

Alternativa de crecimiento

Las grandes corporaciones cuentan con los recursos y herramientas suficientes para llevar una buena gestión, invertir en marketing y comunicación, tener departamento legal, etc. Sin embargo, todo esto resulta mucho más difícil para las pequeñas empresas. La falta

de recursos les impide invertir en servicios que les ayude a crecer o acceder a proveedores de interés.

Las asociaciones se posicionan como una alternativa para este tipo de empresas para poder ampliar su red de contactos y favorecer la aparición de sinergias con empresas con intereses comunes. Pero también es la mejor manera de conocer nuevas vías de financiación y poder enterarse de nuevos

convenios y normativas que les puedan afectar directamente. "Es la única forma de que muchos pocos signifiquen mucho, y España está formada por muchos pocos", tal y como resume Tomás Castro.

Alfredo Zulueta es consejero delegado de ZYE y presidente de la comisión gestora de la NCE, que pertenece a Asprima (Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid). En su caso, el mayor partido a la asociación se lo saca con los informes del sector, así como los jurídicos, además de aprovechar el peso de la organización como lobby.

Las ventajas de unirse a una asociación son tan variadas como las razones para hacerlo. En función del tipo de empresa y el sector al que pertenezca se pueden perseguir unos objetivos u otros, pero es una gran alternativa para poder ser competitivos y estar a la altura de empresas más grandes.

Para una pequeña empresa unirse a una asociación es clave para poder desarrollar y expandir su negocio

Breves

► **Logística.** Los profesionales de la industria logística crecen un 5,4% en abril. El sector se consolida como uno de los esenciales en la creación de empleo en España. Datos del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones ponen de manifiesto el incremento de las afiliaciones en el sector. Una de sus características es la necesidad de contar con nuevos perfiles profesionales. Desde Synergie recuerdan que el auge del *ecommerce* ha supuesto que cobren más importancia puestos menos técnicos, como el de jefe de almacén, para el que se requiere una baja cualificación, u otros de alta cualificación como el de *Programmable Logic Controller* (PLC).

► **Recuperación.** El 46,9% de las empresas espera que su facturación aumente en los próximos 12 meses. El *XI Informe sobre financiación de la pyme en España* advierte de un avance en las perspectivas de crecimiento de las pymes a corto plazo. Sin embargo, las perspectivas de crecimiento aún son moderadas. El informe pone de manifiesto que el 84,2% de las pymes no aumentará su plantilla, por lo que el empleo permanecerá estable. Tan solo un 11,4% de las empresas afirma que creará puestos de trabajo.