



Begoña Hernández, Leonard Pera, Joaquín S. Torné y Tomás Castro, ayer durante el Foro Pyme II, organizado por Banco Popular y Diario de León. SECUNDINO PÉREZ

## «Las pymes han generado el 80% del empleo creado durante la última década»

- La viceconsejera de Economía recuerda que las pequeñas empresas generan el 57% de la riqueza
- Hernández anima al tejido productivo a «dar un salto de tamaño» para ser más competitivo

MARÍA J. MUÑOZ | LEÓN

■ «La recuperación no es posible sin la aportación de las pequeñas y medianas empresas a la economía y a la creación de empleo». Begoña Hernández, viceconsejera de Política Económica, Empresa y Empleo de Castilla y León, clausuró ayer el Foro Pyme II organizado por Banco Popular y el Club de Prensa de Diario de León con un mensaje de optimismo, «aunque con toda prudencia y sin triunfalismos». Una jornada que reunió a más de un centenar de empresarios de la provincia, y que contó con la participación de instituciones y organizaciones empresariales, para analizar la *Realidad y los retos de las pymes*.

Hernández destacó la «garra y el coraje» mostrado por el tejido empresarial local después de casi siete años de crisis económica, y recordó que alrededor del 99% está formado por pymes. «Ellas son las que acaparan un 60% del empleo, y generan un 57% del Producto Interior Bruto del conjunto de la Unión Europea. Sólo en la última década han generado un 80% del empleo que se ha creado».

La viceconsejera reclamó op-

«A pesar de la crisis el saldo de la última década es positivo, con casi 4.000 empresas más que antes»

«La palabra clave es la reindustrialización, recuperar capacidades y revitalizar sectores que tienen capacidad»

«Hay una voluntad clara de las entidades financieras de volver a su negocio, a la banca comercial y a financiar»

«Tenemos que ser optimistas y capaces de consolidar la recuperación que está iniciándose»

timismo porque «lo más duro ha quedado atrás», y abogó por «ser capaces de consolidar esta recuperación que está iniciándose». Alabó también el dinamismo de un tejido productivo que « pese a la destrucción de empresas en los últimos años ha registrado un balance positivo, con casi 4.000 sociedades más en la última década. Una muestra de que este tejido sigue regenerándose y las pymes son activas».

Hernández destacó los datos de crecimiento económico de los

últimos meses y la mejora en las perspectivas para el próximo año, aunque hizo hincapié en el problema del desempleo, «que afecta a 56.000 leoneses». Confió en la consolidación de los mejores datos de evolución del paro pero llamó la atención sobre la necesidad de consolidar la mejora, «después de la experiencia frustrada de 2010».

Aunque reconoció que las medidas adoptadas han sido «duras e impopulares», insistió en que «ahora comienzan a recogerse

los frutos. No había más recetas que las reformas y la flexibilidad económica, trabajar con los empresarios para generar actividad económica».

La viceconsejera defendió la necesidad de seguir apostando por la internacionalización de las empresas, y recordó que además del buen dato de las exportaciones mejora con fuerza la importación de bienes de equipo, «lo que implica que se está invirtiendo en la industria, y eso es clave para la recuperación».

## «Las empresas tienen que invertir, es un momento de oportunidad»

■ «Es el momento de pedir a las empresas que inviertan, porque es un momento claro de oportunidad, de recuperación económica, y hay financiación. Aunque el modelo ha cambiado». Begoña Hernández apostó ayer por las «fórmulas de cooperación público-privada a la hora de compartir riesgos inversores», y defendió nuevas fórmulas, desde el capital riesgo hasta el *crowdfunding*. La viceconsejera insistió en to-

do caso en que «es el momento de apostar por la reindustrialización, de recuperar las capacidades industriales de la Comunidad y de revitalizar sectores que siguen teniendo capacidad. Sin olvidarnos de alentar a los emprendedores».

Unos retos que han de basarse en la «consolidación del tejido productivo actual». Y que centró para las pymes en la necesidad de «dar un salto de tamaño,

para hacer un tejido de medianas empresas que sean más competitivas». En este sentido, incidió en la necesidad de apostar por la especialización, la investigación y la innovación. «Hay que estar en los mercados globales y saber trabajar en ellos, con una oferta competitiva y diferenciada. Es necesario romper el círculo vicioso porque sin financiación no hay empresas, y sin ellas no hay actividad ni empleo».



## FORO PYME II: REALIDAD Y RETOS



**JOSÉ ÁNGEL AMOR ATIENZA**  
DIRECTOR COMERCIAL DE BANCO POPULAR

SECUNDINO PÉREZ



**ANTONIO PÉREZ MARTÍNEZ**  
DIRECTOR TERRITORIAL DEL NOROESTE DE BANCO POPULAR

SECUNDINO PÉREZ

## Especialización y capilaridad para pymes

MARÍA J. MUÑOZ | LEÓN

■ Un modelo de cercanía y relación a largo plazo con los clientes son las bases sobre las que se asienta la actividad de Banco Popular, especialmente la que se refiere a la financiación de las empresas. «Queremos seguir siendo el banco de referencia de las pymes, con las que hemos estado en todo momento, también en los difíciles». José Ángel Amor Atienza, director Comercial de Banco Popular, explicó ayer que «una de cada cuatro empresas del país es cliente» de la entidad financiera, un porcentaje que «en Castilla y León es aún más elevado».

Además, destacó, de cada cien euros que las entidades conceden en el país para financiar a las empresas, 11 los gestiona Banco Popular. «Las empresas necesitan sobre todo líquido, financiación. Sólo en los tres primeros meses del actual ejercicio la entidad ha firmado 5.000 millones de euros en productos de descuento, factoring, confirming... Productos muy ligados a la actividad a corto plazo

de las empresas».

Sin embargo, también se nota ya una mayor demanda de la inversión a medio plazo. «Las empresas lo están necesitando, incluso empezamos a crecer en leasing inmobiliario, y eso sólo se consigue escuchando a los empresarios».

Amor señaló en el Foro Pyme de Banco Popu-

«La entidad mantiene un negocio de cercanía con los clientes, con los que mantiene una relación a largo plazo»

«El crédito ha estado muy ligado al corto plazo de las empresas, pero ya hay demanda de inversión a medio plazo»

lar que las entidades tienen que dar «soluciones, acceso a la financiación, muy buena oferta comercial, un buen asesoramiento y eficacia. De hecho, nosotros contestamos el 95% de las propuestas que se nos realizan en un plazo de 48 horas».

El director Comercial

de la entidad recordó que Banco Popular cuenta con 46 regionales y más de 2.000 sucursales, «lo que nos permite un modelo de cercanía con los clientes, con los que establecemos una relación a largo plazo. Es fundamental estar cerca de los clientes y conocer al empresario, más en estos tiempos en los que los balances no siempre reflejan la situación real».

Para impulsar las políticas de apoyo a las pymes Banco Popular cuenta también con 900 gestores de empresas, y directores de empresas en las direcciones territoriales. «Capilaridad y especialización son las bases de esta presencia en el mercado y esta forma de entender el negocio».

Un proyecto que pasa también, dentro de esta estrategia de apoyo a los emprendedores y especialmente a las pymes, por la expansión del negocio internacional. A las oficinas en Casablanca, Shanghai, Frankfurt, París, Varsovia, Londres o Ginebra se suman las de Estambul, Río de Janeiro, México o República Dominicana.

## «Seguimos aumentando la concesión de crédito»

M. J. MUÑOZ | LEÓN

■ «En 2013 aumentamos el crédito total a las pequeñas y medianas empresas en casi un 10%. Banco Popular mantiene una política activa de crecimiento del crédito a pymes, y va a aumentar este año la concesión de préstamos a empresas significativamente». Antonio Pérez, director Territorial del Noroeste y subdirector general de Banco Popular, insistió ayer en que «para conseguir un crecimiento económico que afiance la recuperación son necesarias las empresas. No existe competitividad, ni economía de mercado ni empleo sin empresarios».

Pérez destacó, frente a la denuncia de que las empresas no tienen crédito, que «se pasen por Banco Popular, porque el crédito a las empresas, sobre todo a las pequeñas y medianas, es nuestra especialidad. Lo es en toda España, lo es en Castilla y León y también en León».

El director territorial Noroeste explicó que «el servicio que demandan

las pequeñas y medianas empresas es especialización, exigente en la atención y de calidad en el conocimiento profundo de las necesidades de las sociedades. Pero esto no se improvisa, ni se implanta en un año o dos. Sólo puede desarrollarse o mantenerse si toda la organización lo entiende y lo comparte, como ocurre

«Banco Popular mantiene una política activa de crecimiento del crédito a pymes y va a aumentarlo este año»

«El servicio que demandan las pymes es especializado, exigente en la atención y de conocimiento profundo»

en Banco Popular».

Antonio Pérez señaló en el Foro Pyme que la entidad fue en 2013 líder por segundo año consecutivo en la concesión de créditos ICO a pymes. «Y en este 2014 ya podemos adelantar que también lo estamos siendo. En concreto, con datos a 6 de

mayo, en Castilla y León somos líderes con una cuota del 28%».

El subdirector general señaló que sólo este año se han realizado en Castilla y León 2.530 operaciones nuevas, por un valor de 476 millones de euros. «Una muestra de la clara vocación de Banco Popular por las pymes de esta Comunidad».

Un apoyo que se «consigue con un modelo de negocio claro y decidido, con un permanente esfuerzo por mantenerlo». La entidad tiene en la Comunidad 170 sucursales, atendidas por un equipo de más de un millar de profesionales. «Ello nos permite gestionar una cuota de mercado del 10%».

Pérez concluyó su intervención ante los empresarios destacando que la forma de entender el negocio bancario de Banco Popular «sitúa al cliente como centro de la actividad, realizando la banca de toda la vida, que sustenta una unión que nos hace más fuertes y nos consolida como una de las principales entidades del país».



**TOMÁS CASTRO**  
DIRECTOR GENERAL DE PROCONSI

SECUNDINO PÉREZ

## «No importa la crisis, sino cómo adaptarnos»

MARÍA J. MUÑIZ | LEÓN

■ «Lo más importante no es la crisis, sino cómo nos adaptamos a ella. Para ello hay que cambiar nuestros modelos y estructuras. Ha sido necesario reducir gastos y nuestra facturación se ha contraído sensiblemente, pero hemos llegado hasta aquí. Hemos

utilizado la pasión y el optimismo, y eso no siempre ha sido fácil». Tomás Castro, director general de la empresa Proconsi, hizo repaso ayer en el Foro Pyme de la trayectoria de su compañía tecnológica, en el momento en el que cumple 25 años de vida. «No fue fácil plantear en aquellos años nuestro proyecto, ni pretender sacarlo adelante desde León».

En el momento actual, Castro centró los retos de las pequeñas y medianas empresas en un momento «que sigue siendo difícil. Un momento en el que hay que hacer frente a la globalización, que tiene sus ventajas pero también sus inconvenientes».

El también presidente de la Asociación de Em-

presas Tecnológicas de Castilla y León (Aetical), entre otros cargos de representación en asociaciones empresariales del sector tecnológico, hizo hincapié en la «necesidad de aprender a ser competitivo. Aprender a luchar contra el mundo».

Y añadió: «Es necesario seguir apostando por la investigación y el de-

«Hemos utilizado la pasión y el optimismo para seguir adelante estos años, pero eso no siempre ha sido fácil»

«No queríamos irnos de León porque había un ecosistema interesante, pero no siempre ha sido fácil venderlo»

sarrollo, mantener la inversión en tecnología y adaptarnos permanentemente a los cambios».

Castro hizo repaso de la trayectoria de Proconsi desde sus inicios en 1989. «Empezábamos a hablar de tecnología de la información y la comunicación y no era fácil. Pero

teníamos visión de futuro. Y la visión es una parte fundamental para que un proyecto pueda consolidarse y salir adelante».

Más allá, el empresario recaló el empeño de la compañía en desarrollar su actividad y sus productos desde León. «No queríamos irnos de aquí. Primero porque había un ecosistema interesante para nosotros, con poca competencia y costes bajos. Pero fue difícil convencer a algunos clientes de que todo podía hacerse desde aquí, y colocarlo en cualquier parte del mundo».

De hecho, la internacionalización es una de las estrategias actuales de Proconsi, que suma ya más de un centenar de trabajadores en su sede del Parque Tecnológico de León.

Aunque señala que en algunos aspectos el desarrollo empresarial no ha avanzado («se tarda el mismo tiempo que antes en constituir una empresa»), reconoce que se han conseguido avances: «En las comunicaciones físicas, en el apoyo de las políticas industriales de las administraciones...».



**LEONARD PERA**  
DIRECTOR GENERAL DE OPEN-IDEAS

SECUNDINO PÉREZ

## «La tecnología no es el fin, es el medio»

M. J. MUÑIZ | LEÓN

■ En España el año pasado las ventas on line generaron un negocio de 12.000 millones de euros, con un incremento del 13% sobre el ejercicio anterior. Pese al receso del consumo por la crisis, que «está recuperándose», el comercio a través de Internet está viviendo un «cambio brutal», que afecta ya a todos los sectores de productos. En este escenario, para las empresas la tecnología «ya no es un fin, sino que es el medio para generar negocio».

Lo explicó ayer en el Foro Pyme Leonard Pera, director general de Open-Ideas, The Social Commerce Company. Licenciado en Dirección de Empresas, experto en comercio internacional y presidente de la Comisión Internacional de la Asociación de Usuarios de Telecomunicaciones, explicó algunas de las herramientas útiles para las empresas a la hora de controlar y potenciar su presencia en Internet y el posicionamiento de su negocio.

Pera señaló que pese al fuerte incremento del comercio electrónico no hay que minusvalorar el efecto que tiene sobre las ventas físicas, que «cada vez están más relacionadas con la venta on line», porque los clientes buscan todo sobre los productos, las empresas y quienes las dirigen.

Entre las recomenda-

nan a través de la red a los clientes, ya que dependen en gran medida de la cultura económica de cada zona y condicionan de manera importante la decisión última de la compra.

Leonard Pera, autor también del libro Social Commerce. 100 consejos para vender en Internet, destacó el cambio fun-

damental que está suponiendo la vertiente social de la red, «que es la que puede marcar la diferencia, cualquiera que sea el área de actividad de la compañía o su tamaño». «No hacer nada, no querer participar de este proceso, es un error que puede traer consecuencias en el futuro», indicó.

También destacó que el cambio que se está viviendo en esta forma de cono-

cer a las empresas y sus productos es fundamentalmente sociológica, y que no hay que perder de vista la innovación en la comunicación social y la experiencia como fin último de cara al cliente. Cuestiones que obligan a una reinvencción del modelo de negocio.

«El comercio electrónico está viviendo un cambio brutal, no hay sector o empresa que no se vea afectado desde ahora»

«La experiencia del usuario es fundamental, y la innovación obliga a la reinvencción de los modelos de negocio»

ciones que el experto señaló ayer está la elección de propuestas de desarrollo libre que eviten que la empresa quede «atada para siempre» a quienes desarrollan sus programas; y también animó a los empresarios a analizar con cuidado las fórmulas de pago que se proporci-





**FORO PYME II: REALIDAD Y RETOS**



José Ángel Amor, Juan Carlos Suárez-Quíñones, Joaquín S. Torné, Marcos Martínez Barazón, Guillermo García, Begoña Hernández, Antonio Pérez, José Luis Ulibarri, Tomás Castro, José María Arce y Leonard Pera, ayer durante la inauguración del Foro Pyme II: realidad y retos de las Pymes, organizado por Banco Popular y el Club de Prensa de Diario de León. FOTOS: SECUNDINO PÉREZ



Juan Carlos Suárez-Quíñones, subdelegado del Gobierno; Adriana Ulibarri, consejera de Diario de León; José Ángel Amor Atienza, director Comercial de Banco Popular y Emilio Gutiérrez, alcalde de León.



Gregorio Chamorro, Manuel García, Carmen Aláiz, José Antonio Domínguez, José Manuel Casado, Macario Javier López Pariente y José Antonio Arias.



Javier Cepedano, José Antonio Díez, Pablo R. Lago, Celestino Rodríguez, Juan Francisco Martín, Javier Amoedo, Manuel Lamelas Viloria y Luis Cocho.



Más de un centenar de empresarios participaron en el foro organizado por Banco Popular y el Club de Prensa de Diario de León.



Santiago Sarmiento, gerente de Diario de León; Antonio Pérez, director territorial del Noroeste y subdirector general de Banco Popular; Begoña Hernández, viceconsejera de Política Económica; José Luis Ulibarri, presidente del Grupo Begar; Marcos Martínez Barazón, presidente de la Diputación de León; José Ángel Hermida, rector de la Universidad de León y Guillermo García, delegado de la Junta en León. FOTOS: SECUNDINO PÉREZ



Jose María Marcos Quintana (Regio Motor SL), Jose Luis Hernández Liedo (Banco Popular), Emiliano Alonso Rubio (Obras y Contratas San Gregorio), Cristina Ariza (Levira España), Ezequiel Abella Alonso y Pedro Álvarez Abella (Grupo Poncelas).



Tomas Rodríguez (Banco Popular), Asele Castro (Reciclajes Ecocas), Esperanza Sierra (Viajes Morales), Rafael Rodríguez (Abril 201 Desguaces), María del Mar Casas (Transportes de León y Cataluña), José Pedro Luengo (Paso Honroso), Alfredo García y Pedro Álvarez.



Pablo Roberto Herrero (Robher Asesores), Ángel Fidalgo, Pedro Vicente Sánchez, Carlos Martín (Banco Popular), Juan Villarino (Banco Popular), Alfonso Quijada (Banco Popular), Avelino López (Neumáticos Isabel e Hijos).



Salustiano López Contreras (Ibermutuamur), Leoncio E. Álvarez Cuadrado (Químicas Cuadrado), Enrique Rod Yugueros (Gama Graficas), José L. Rod Mata (JL Exclusivas El Sol), Francisco J. González (Banco Popular), Nieves Fernández Franco (Banco Popular).



Olga Beberide, Carlos Cueto, Fernando Santos, Jesús Venero, Gregorio Rebollo, Luis Javier Flecha, Daniel Villafaña (Daniel Villafaña SL), Fernando García y Marta Álvarez.



Oscar Lapastora, José Antonio Valladares, Álvaro Díez, José María Fuertes, Baldomero Méndez y Jorge Fernández.



María García Sánchez, Marco Antonio García, José María Alija Castrillo, Francisco Ares Carreto y José Antonio Idoeta.