

Descuida sus gastos, es fiel a sus proveedores... así consume el 95% del tejido empresarial español

LA CESTA DE LA COMPRA DEL EMPRENDEDOR

Hay muchos estudios sobre el carro de la compra del ciudadano medio. Pero, ¿qué consumen los tres millones de pymes y autónomos? Como no existe un estudio de estas características, nos hemos atrevido a hacerlo nosotros. Ésta es la cesta de la compra del emprendedor.

Isabel García Méndez

En este artículo encontrará los siguientes apartados:

- La cesta de la compra del emprendedor
- ¿qué condiciona sus compras?
- ¿en qué gastan el dinero las pymes?

Cada vez son más las empresas que han descubierto el filón del autónomo, la pyme y el emprendedor como cliente. No en vano, representa casi el 95% del tejido empresarial español. Es un público con unos rasgos comunes, unas necesidades similares y unos problemas que requieren solución.

Todavía no es una tendencia generalizada, pero hay quien ya ha sabido detectarlos y realizar una oferta diferenciada para ellos. Nosotros hemos querido conocer de primera mano qué opinan de este segmento de la población los que son sus principales proveedores. Éstos son sus rasgos comunes:

Analiza mal sus gastos. Es un colectivo que, además, busca, compara y analiza todas las propuestas que se les ponen encima de la mesa y tarda bastante en decidirse a contratar un servicio o comprar un producto. Al mismo tiempo, no realiza un análisis rigurosamente racional de sus gastos. Según explica Francisco Escanellas, director general de Expense Reduction Analysts, empresa especializada en la reducción de costes, “les cuesta identificar si están comprando el producto o servicio que realmente necesitan o si adquieren lo que el proveedor les vende y no se molestan en analizar si ese mismo servicio o producto lo pueden utilizar mejor”.

Descontrol en sus compras. Relacionado con lo anterior, la falta de tiempo le impide al autónomo y a la pyme destinar tiempo a organizar mejor sus tiempos y sus compras y es habitual encontrar en este colectivo una preocupación por ahorrar en lo que es el corazón de su negocio, descuidando el apartado que se englobaría en lo llamado genéricamente gastos generales.

“Resulta frecuente encontrarse a los propietarios de un restaurante analizando mucho lo que

gastan en los productos que van a poner en la mesa y, sin embargo, descuidando el gasto en lavandería. O aquellos que miran con lupa el gasto en calefacción y luego dejan encendidos los ordenadores toda la noche”, pone como ejemplo el coordinador de Financiera Activa, Domingo González.

¿qué condiciona sus compras?

Aunque estamos hablando de un segmento heterogéneo, es cierto que los criterios de selección (que no sus decisiones) de pymes y autónomos son bastante parecidos.

Funcionalidad. “No basta con ofrecerles buenos productos a las pymes, sino que es necesario explicarles cómo pueden aplicar esos productos a sus negocios y cómo les puede beneficiar”, reconoce Elba Fernández–Novoa, directora del Canal no Gestionado de la división de Pymes de Microsoft.

Utilidad empresarial. No son sensibles a los argumentos técnicos, sino a aquellos que les expliquen de qué manera un producto, una aplicación o un servicio mejora su rentabilidad o le va a facilitar la forma de hacer las cosas. Éste argumento es especialmente significativo a la hora de contratar tecnología, informática y comunicaciones.

“En un reciente estudio, el 38% destacaba que la principal barrera de pymes y autónomos a la hora de adquirir soluciones tecnológicas es el desconocimiento de para qué les sirve lo que están comprando”, señala Francisco Ojea, gerente de la consultora Everis.

Facilidad de uso. No quieren depender de terceras personas para la gestión de su negocio, por lo que quieren que cualquier producto que compren o contraten sea fácil de aplicar a su negocio y más sencillo aún de utilizar. En aplicaciones tecnológicas, por ejemplo, “prefieren las que puedan instalar ellos mismos y que sean muy intuitivas, que otras mejores, pero más complejas”, dice Rodrigo Gallardo, jefe de producto de Goldmine.

Todo en uno. Buscan a un proveedor global que le solucione todos sus problemas en cada área de actividad. Es decir, si contratan a un proveedor de telefonía, prefieren que ese mismo proveedor les suministre la telefonía fija, la móvil e Internet. Y exactamente igual ocurre con las asesorías o las gestorías, y con las empresas que les ofrecen servicios tecnológicos.

Comodidad. No es muy proactivo a la hora de buscar a sus proveedores. A menudo contrata los servicios de mensajería de la esquina porque es la que está más cerca, o compra los lápices en la librería de al lado sin reparar en que pueden ahorrar costes si hacen pedidos más grandes en tiendas especializadas.

Cuestión de precio. Éste es uno de los argumentos básicos de selección de los emprendedores. Según Jorge Casals, fundador de Haztuenvío.com, lo primero que todos sus potenciales clientes le preguntan es: “¿Cuánto me va a costar?”.

Los expertos dicen:

Jorge Casals, fundador de Haztuenvío.com:

“Lo primero que nos preguntan los potenciales clientes emprendedores es: ¿Cuánto nos va a costar el servicio?”

Álvaro Cuadrado, director de Producciones 28 Grados Norte:

“Trabajamos casi siempre con los mismos proveedores. Nos dan la seguridad de los resultados”

¿en qué gastan el dinero las pymes?

Para elaborar la cesta de la compra hemos consultado a varios emprendedores, pymes y consultoras especializadas en este segmento y del resultado de todas las opiniones hemos realizado una aproximación. Antes de desarrollarla, algunas matizaciones: no es lo mismo una empresa de servicios que una de producto o industrial, puesto que en el primer caso el gasto en personal suele ser muy elevado, mientras que en el segundo el grueso de los costes se lo lleva la adquisición de la materia prima o el equipamiento. Igualmente no es lo mismo una pyme que un autónomo, puesto que mientras en el primer caso los costes están muy definidos; en el segundo, el sueldo del autónomo es el que resulta de descontar los gastos del total de la facturación.

Nos colamos dentro del carro de la compra de una pyme española

Por sectores

Todavía podemos afinar más nuestra radiografía de la cesta de la compra del emprendedor. Vamos a analizar, partida por partida de gasto, qué condicionantes marcan el comportamiento del emprendedor español. Al acercar la lupa nos encontramos con los matices entre pymes y autónomos. También entre ellos hay diferencias.

- Materias primas, equipamiento e inversión

Proveedor para la eternidad

A la adquisición de materias primas, el equipamiento o la inversión que necesitan para el funcionamiento de la empresa, las pymes destinan en torno al 40%–60%, cuando se trata de comercios o un 20%–30%, si es una empresa de servicios. Los autónomos suelen elevar esta partida a casi un 40%. A la hora de adquirir estos suministros suelen seguir las siguientes pautas:

Tradición. Tienden a trabajar con el mismo proveedor, tanto si se trata de subcontratar servicios como si hablamos de adquirir productos y, en algunos casos, sin que necesariamente sean los más baratos. Es habitual que el emprendedor o la pyme busquen, pidan varios presupuestos y analicen mucho la oferta, pero una vez que realizan un pedido o contratan un servicio ya quedan satisfechos, no suelen plantearse el cambio. Álvaro Cuadrado, director de Producciones 28 Grados Norte, por ejemplo, reconoce que “solemos pedir cinco presupuestos, y aunque nos tira mucho el precio, también miramos la calidad. Al final, casi siempre trabajamos con los mismos proveedores, porque nos ofrecen la seguridad de un resultado garantizado”.

Subjetividad. Hay cierta falta de profesionalidad en la contratación de servicios. A la hora de contratar proveedores y productos, suelen guiarse más por criterios subjetivos que objetivos. Se fían del amigo del amigo.

- Gastos financieros

Ah, ¿pero esto es un gasto?

Nadie contempla realmente esta partida como una parte de los gastos. Según apunta Domingo González, a este segmento de consumidores le caracteriza “considerar al banco como un proveedor más, de manera que a menudo juegan con los descubiertos como si se tratara de una cuenta corriente. Es increíble la lista de gastos que se deriva de esta partida: comisiones por descubiertos, comisiones de descuentos de pagos, comisiones de gestión, de manera que los

gastos financieros no se controlan y se comen la rentabilidad de la compañía”. Según reconocen fuentes de Caja Madrid, “en materia financiera, las pymes y los autónomos constituyen un público inconformista, que buscan las entidades que les den la mejor oferta en todos los sentidos. Son exigentes en el diseño de productos, en la agilidad en el trámite de operaciones y en el tiempo que se les dedique para buscar las soluciones más ventajosas y adaptadas a su negocio”.

- Informática y telecomunicaciones

Vuelva usted mañana...

A esta partida suelen destinar en torno el 10% y el 15%, dependiendo del sector.

Pragmáticos. Analizan y comparan las ofertas, tardan en decidirse y si pueden esperar o postergar el gasto, lo aplazan.

Productos que crezcan. Son más exigentes a la hora de evaluar el valor recibido, analizan más de qué manera pueden recuperar lo invertido, y “se están yendo a las líneas más básicas con la vista puesta en ir especializándose y haciéndose más complejos a medida que van aumentando de tamaño y de número de empleados”, señala Juan Luis Ramos, director de Márketing, Desarrollo de Negocios y Alianzas de Pymes y Autónomos de SAGE. Sin ataduras. Esto último está en línea con otro de sus rasgos: el deseo de no tener ataduras, de manera que cuando no obtengan el valor deseado puedan cortar la relación.

Necesidad de control. Un 17% de los empresarios aduce miedo a perder el control como uno de los obstáculos más importantes en la incorporación de nuevas tecnologías, según un estudio de la consultora Pross.

No es lo mismo. Aquí hay diferencias claras entre el autónomo y la pyme, porque el primero necesita una mayor movilidad, mientras que la pyme demanda herramientas que faciliten el trabajo en equipo y la gestión de su actividad (contabilidad, CRM...).

No quieren stock. A nivel de distribuidores, Ramos define un rasgo que se ha agudizado con la crisis: “No quieren tener stock y sólo pagan al mayorista cuando tienen el pedido”.

- Telefonía móvil

Productividad sin esfuerzo

Esta partida, que incluye telefonía fija y móvil, alcanza el 8% de los gastos. Según Hugo Meana, director de Doctor Sim, empresa especializada en buscar ofertas de operadores, “cuanto más grande es la pyme, menos preocupada está por el gasto y más por la transparencia en la información y en los cauces de comunicación”. Para este mismo experto, sin embargo, “el autónomo o emprendedor con una o dos líneas de negocio busca tener una buena herramienta de trabajo, una buena cobertura, servicio y un precio asequible, y tiene también una actitud más neutra con respecto al control del gasto. A diferencia del consumidor particular, no se mueve mucho por el impulso”.

Productividad. Como sostiene Javier Polo, director de Márketing de Empresas de Orange, “los emprendedores y las pymes buscan mejorar su productividad y la de sus empleados sin tener que dedicar a ello ni tiempo ni esfuerzos económicos”. Por este motivo, tienden a apoyarse en las operadoras que les ofrecen la solución más completa de la forma más sencilla posible.

Integración. “Buscan la conectividad total, la movilidad de los recursos, estar interconectado con

sus negocios en cualquier lugar, tener un servicio de mantenimiento que resuelva cualquier incidencia y que su negocio esté siempre operativo”, insiste Carlos Vera Sánchez, director de Márketing de Negocios de Telefónica de España.

Movilidad. Son unos grandes consumidores de aquellos dispositivos que permiten realizar gestiones a distancia como las PDA o los Blackberry y de aquellas soluciones integradas en dispositivos móviles, como Windows Mobile. Eso se traduce también en un mayor aumento de contrataciones de banda ancha.

- Consumibles de oficina

Un agujero negro

La partida de consumibles (que incluye desde papelería hasta los informáticos) supone en torno al 8% de la tarta de gastos y, según Escanellas, es una de las partidas en las que más se despilfarra (hasta un 20%). ¿Por qué? “Los emprendedores y las pymes no se molestan habitualmente en buscar ofertas diferenciadas ni en pedir catálogos”, responde. Julio Arturo Pernia, director de Noaris, empresa especializada en nuevas tecnologías, afirma: “Nosotros miramos mucho las empresas que actúan como proveedores globales y manejamos varios catálogos. Cada 15 días hacemos un pedido de consumibles y también compramos mucho en Internet. Valoramos, sobre todo, la rapidez y la comodidad, por lo que elegimos suministradores que garantizan una fecha de entrega, que lo hacen puerta a puerta y que tengan también una amplia selección de productos”.

Mensajería

Boca a oreja entre pymes

Descontrol. En primer lugar, realizan muchos pedidos, no agrupan estos pedidos (cuando agrupados saldría más barato) y a menudo exigen envíos urgentes que son más caros y, quizá, innecesarios. Hilario Peñas, director Nacional de Ventas de SEUR, reconoce que “por regla general quieren que sus productos lleguen cuanto antes a su destino y tienden a utilizar el servicio 24 horas, a hacer envíos monobultos y buscan un proveedor que se lo recoja y lo envíe a cualquier hora del día”. Pero es cierto que con la crisis han empezado a controlar un poco este gasto, como reconoce Turline Express. “Hemos notado una mayor flexibilidad en cuanto a la urgencia en la entrega, optando ahora tanto pymes como autónomos por ampliar los horarios de las entregas para poder optimizar costes,” señala Begoña Sánchez, directora comercial Zona Noreste de esta compañía.

Me han dicho que... Según Peñas, “buscan fiabilidad, servicio postventa, garantías y empresas consolidadas a quien pedir cuentas en caso de problemas”, pero también funciona mucho el boca a oreja. Como reconoce Sánchez: “Se asesoran entre ellos y se recomiendan a futuros proveedores”.

- Suministros energéticos

Cómo puedo ahorrar más

La diversidad y heterogeneidad de este colectivo de consumidores es especialmente evidente en el caso de los suministros energéticos. “Los hay que abren por la noche; otros que lo hacen por el día; los que quieren frío, y los que buscan calor... Hay también una variedad enorme de interlocutores. Eso nos obliga a elaborar ofertas muy distintas y a proponer también canales muy distintos. Tenemos teléfonos normales, teléfonos específicos, gestores personales, gestores colectivos...”, señala Aitor Moso, director comercial de Iberdrola. En esta partida hay más diferencias entre autónomos y pymes. Mientras que en el primer caso se asemejan más al consumidor doméstico, en el segundo sí tienen una mayor preocupación por ser ecoeficientes. “Como ya contratan potencias mayores, realizan consumos más importantes y, por tanto, se preocupan más por la

gestión del ahorro y la ecoeficiencia energética”, concluye Moso.

Encontrará este artículo en la web:

[http://www.emprendedores.es/empresa/entorno/la cesta de la compra del emprendedor](http://www.emprendedores.es/empresa/entorno/la_cesta_de_la_compra_del_emprendedor)