

► **Economía.** Construyendo un futuro digital y sostenible

¿Vale la pena digitalizarse? Dos empresas cuentan su experiencia

Mucho se habla de la necesidad de que los negocios lleven a cabo una transformación digital, pero pocas veces de lo que implica. Dos pymes catalanas como FitoInnova y Japonia explican que requiere un esfuerzo, pero que los resultados positivos avalan la decisión. Los fondos Next Generation EU pueden ser una ayuda para dar el paso.

Por **Víctor Fúser**



FITOINNOVA

“Somos más eficaces y hemos ahorrado tiempo”

La medicina natural y la alimentación saludable han crecido de manera vertiginosa, y los dos años de pandemia han representado el empujón definitivo. Luis Fernández y Óscar Giménez, socios fundadores de la distribuidora FitoInnova (que cuenta con su propia marca, FDB Laboratorios), supieron avanzar para hacer frente a la evolución de un sector potenciado por el aumento de la concienciación e internet.

«Muchas nuevas plataformas se basan solo en precios bajos y marketing, y nosotros creemos que es un error. Nuestros valores son prestigio y calidad, poniendo mucha atención en la biodisponibilidad. Es decir, que los principios activos tengan una óptima absorción por parte del organismo», explican sus fundadores.

Así que, en vez de aprovechar sus recursos para hacer ruido en el entorno digital, Luis Fernández y Óscar

Giménez prefirieron mejorar su eficacia interna: «Hace seis años pusimos en marcha una plataforma digital aplicada a nuestra red de ventas, que permitió que nuestros agentes comerciales tuvieran toda la información de un cliente en un solo vistazo y se automatizaran los procesos. Gracias a ello somos más eficaces, ahorramos tiempo, evitamos errores en el papeleo, agilizamos el envío y somos más sostenibles».

Recientemente han solicitado una ayuda de los fondos Next Generation EU para ir más allá: ofrecer a los clientes el acceso *on line* a esta plataforma, para que puedan consultar su histórico y cumplimentar ellos sus propios pedidos. «Cualquier proceso de digitalización requiere una fuerte inversión, así que debes estar convencido de ello. No puedes hacerlo solo para probar. Nos atrevimos a dar el paso hace seis años y estamos muy satisfechos», concluyen.

KIT DIGITAL

Una ayuda para avanzar

► El Kit Digital tiene como objetivo acompañar a pymes, microempresas y autónomos en una transformación digital que les permita aumentar su eficacia y productividad. Y prueba de que la respuesta ha sido más que positiva es que se han registrado 50.000 solicitudes en la primera convocatoria y que el Gobierno español ya prevé lanzar una segunda este mes de junio.

Gracias a esta ayuda procedente de los fondos europeos Next Generation, las empresas que cumplen con los requisitos reciben un bono canjeable de hasta 12.000 euros para adquirir soluciones digitales de un catálogo ofrecido por más de 6.000 agentes digitalizadores. Por ejemplo, la creación y mejora de su web, la gestión de redes sociales, la puesta en marcha de un comercio electrónico o el incremento de la ciberseguridad.

Para ayudar a sus clientes a acceder a estos fondos, BBVA ha llegado a un acuerdo con Minsait, compañía de Indra, para facilitar el proceso de solicitud del bono digital, poniendo a su disposición un experto que les ayudará a llevar a cabo todo el proceso, desde la identificación de la ayuda hasta la tramitación de la solicitud, pasando por la elección de las soluciones. De igual forma, la entidad también dispone de programas de financiación para aquellos proyectos que requieran de una inversión extra.



JAPONIA

“Ahora contamos con alumnos de todas partes”

Cuando cruzas la puerta de Japonia es como si entraras en el mismo Japón», asegura su fundador, Iñaki Soto. Y eso que esta academia para aprender japonés se encuentra en pleno barrio de Sants de Barcelona. Aunque en realidad es algo más que una escuela, ya que también cuentan con una cafetería y organizan viajes de estudios o turísticos al país nipón. «Nuestros alumnos no aprenden el idioma por motivos laborales, sino por placer», asegura Soto.

Pero si para adentrarse en este Japón barcelonés hace falta atravesar las puertas del local, con la pandemia se rompió este enlace físico. ¿Cómo sobrevivieron al confinamiento? «Nos digitalizamos a toda prisa. Éramos una escuela totalmente analógica, pero de la noche al día repartimos ordenadores a los profesores y empezamos a dar clases por Zoom. Gracias al esfuerzo de todo el equi-

po conseguimos retener al 95% de nuestros alumnos».

Una decisión que ha supuesto un antes y un después para Japonia. En verano del 2020, después de esquivar el primer impacto, decidieron invertir una pequeña cantidad en publicidad por Instagram *on line* y la sorpresa que se llevaron es que recibieron alumnos de toda España. Así que cuando se volvió a cierta presencialidad, Iñaki Soto lo tuvo claro: había que implantar un modelo híbrido.

«Hicimos una fuerte inversión para renovar los ordenadores, comprar monitores, cámaras y micrófonos y cablear toda la escuela, pero ha valido la pena. Ahora tenemos clases con alumnos que pueden estar tanto en el aula como conectados desde sus casas», explica Soto. Y esto, obviamente, ha multiplicado el público potencial de la academia. «Ahora ya no hay vuelta atrás», asegura.