

Los programas europeos, una oportunidad para administraciones y empresas

Grupo DEX (Desarrollo de Estrategias Exteriores, S.A) es una consultora de ámbito internacional dedicada a la prestación de servicios especializados sobre asuntos europeos, planificación estratégica, innovación, desarrollo local y asesoramiento a las empresas y a la administración pública en la preparación, redacción, gestión y evaluación de proyectos europeos.

2014 es el primer año del nuevo periodo de programación financiera septenal de la Unión Europea, que llega hasta 2020 y que supone una renovación de los programas y de los recursos financieros para ejecutar las políticas europeas. En los próximos siete años, la UE dedicará aproximadamente un billón de euros para avanzar hacia la consecución de los objetivos de la Estrategia Europa 2020, para generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Una tercera parte de esos recursos se destina a la cohesión económica y social, otra tercera parte se va a la política agrícola y a los recursos naturales y el 13% a promover la competitividad, especialmente a través de la investigación y la innovación.



Foto: Sébastien Bertrand (licencia CC BY 2.0)

Fernando Méndez-Navia, Director general de Grupo DEX, explica que “la Unión Europea actúa apoyándose en las administraciones nacionales, en las empresas y en la sociedad civil. Y eso lo hace a través de decenas de programas y centenares de convocatorias a las que pueden concurrir las administraciones, las empresas u organizaciones como las universidades, los centros tecnológicos o las ONG, que pueden solicitar apoyo europeo para la realización de proyectos que contribuyan a los objetivos de la Unión”.

Objetivos europeos

La Unión Europea se ha marcado para el período 2014-2020 diversas prioridades, entre las que destacan la innovación, la sostenibilidad y el empleo y la lucha contra la pobreza y la exclusión. Según Méndez-Navia, los programas “pretenden animar a los agentes públicos y privados europeos a que se alineen con esos objetivos y realicen actividades que contribuyan a alcanzarlos. Representan una extraordinaria oportunidad para desarrollar la dimensión europea de las administraciones públicas y de las empresas, para mejorar el capital humano, para incrementar sus capacidades de innovación, para ser más eficientes en el

uso de los recursos o para proteger y poner en valor los recursos naturales”.

Existen múltiples fuentes que recogen la información, aunque siempre es preciso tener un conocimiento profundo de las políticas y los instrumentos comunitarios para ser capaz de discernir qué proyectos o iniciativas pueden ser financiadas y a través de qué líneas o programas. Fernando Méndez-Navia sostiene que las administraciones “tienen una dilatada experiencia de ejecución de los fondos estructurales, el FEDER, el Fondo Social Europeo, el Fondo de Cohesión o las ayudas agrarias, que en buena medida se utilizan para cofinanciar inversiones públicas. En cambio, otros programas temáticos como los que apoyan la cooperación territorial (INTERREG), la mejora del medio ambiente (LIFE) o la investigación y la innovación (Horizonte 2020) son menos conocidos y utilizados. Nuestra experiencia es que, en estos casos, a las autoridades o los técnicos responsables de estos ámbitos les resulta difícil entender las exigencias de estos programas”.

Identificar propuestas

Desde finales de 2014 hasta mediados de 2015 están en marcha multitud de convoca-



Parte del equipo de Grupo DEX en una reunión del proyecto Working4Talent

rias para presentar candidaturas de proyectos. “Nuestra recomendación es trabajar intensamente en la identificación de propuestas que estén en línea con las prioridades europeas. Para eso es importante hacer un diagnóstico global en colaboración con personas que conozcan en profundidad el marco europeo. Eso permite centrar los esfuerzos en las ideas con mayores probabilidades de éxito, ya que en todo caso será necesario adaptarlas a los requerimientos de los programas. A partir de ahí la preparación de las propuestas exige normalmente un trabajo en equipo en el que confluyan los conocimientos técnicos con la visión europea. Además, en la mayor parte de los casos habrá que contar con socios transnacionales”, concluye Méndez-Navia, quien habla con la experiencia de quien, al frente de Grupo DEX, ha apoyado a más de 300 organizaciones públicas y privadas en la preparación y ejecución de este tipo de proyectos.



Más Información
www.grupodex.com

PAYTPV mejora el pago y la experiencia de compra en comercio electrónico

El crecimiento exponencial del comercio electrónico en los últimos años ha hecho que las necesidades en materia de gestión de cobros hayan tomado el mismo camino. Para resolver esa nueva situación, en 2010 nació PAYTPV, una pasarela de pago online integrada que permite optimizar esos procedimientos no sólo en el e-commerce, sino también en tiendas físicas o en call centers.

Diego Marcos, responsable de la empresa, explica los motivos que llevaron a una empresa tecnológica y a otra especializada en los cobros online a crear el sistema: “El mundo del e-commerce ha evolucionado mucho en diversos aspectos, desde el marketing online hasta el SEO y el modo en que las empresas se posicionan, pero lo cierto es que los medios de cobro no lo han hecho en la misma medida, pese a que los bancos españoles siempre hayan sido innovadores en este ámbito”.

La opción que propone PAYTPV es un sistema automatizado para aceptar pagos online con tarjeta de crédito o débito de

forma segura y en tiempo real que ofrece, entre otras cosas, una integración estética total con el diseño de la tienda online, algo que según cuenta Diego Marcos, “favorece la experiencia de compra, puesto que en todo momento siente que permanece en la tienda, lo que mejora la conversión entre un 20 y un 30%, según nos explican los clientes de PAYTPV”.

Certificada PCI-DSS

El diseño de todos los productos PAYTPV cumple con las exigentes normativas PCI-DSS Nivel 1, el estricto estándar de seguridad para las transacciones online pero, más allá de ese requisito ineludible, el sistema ofrece multitud de ventajas adicionales, como el carácter multimoneda y multibanco, la posibilidad de obtener presentaciones de estadísticas y reporting, diversas medidas antifraude o, como añade Diego Marcos, “el hecho de poder ser empleado no sólo en el e-commerce, sino también en tiendas físicas o en aquellos call centers que tramitan algún tipo de pago a través del teléfono”. En este sentido, el sistema IVR de PAYTPV recibe el control de

la llamada y finaliza la orden del pago, previamente generada por el call center, de modo que ni el personal del mismo ni los sistemas entran en contacto en ningún momento con los datos del pago, garantizando así la seguridad y eliminando el riesgo de fugas de información o acceso a los datos de la tarjeta.

Fidelización

El sistema que propone PAYTPV también es enormemente eficaz en casos de pagos recurrentes, de suscripciones o de lo que se conoce como pagos de un click, puesto que permite almacenar los datos de las tarjetas de los clientes y facilitar así su experiencia de compra, “aunque es el comprador quien decide si desea introducir en cada operación esos datos o prefiere que el sistema los recuerde”, sostienen desde la empresa.

PAYTPV, que se integra perfectamente con las plataformas de e-commerce más extendidas del mercado –como Drupal, WooCommerce, Prestashop, Magento, OpenCart, Zencart o VirtueMart, por ejemplo–, es plenamente operativo a través



de cualquier dispositivo, desde ordenadores a teléfonos móviles, pasando por tablets o SmartTV.

Tras cinco años de funcionamiento, la pasarela de pago PAYTPV está plenamente consolidada y ha sido adoptada por diversos tipos de empresas, desde tiendas online de productos físicos a establecimientos presenciales, e-commerce de suscripción e instituciones. La empresa, que próximamente será registrada como Entidad de Pago frente al Banco de España, podrá ofrecer en breve también el servicio de Split Payment para aquellas compañías que comercializan servicios que prestan terceros, un proceso en el que el pago se reparte entre diversas cuentas. “Nuestro mercado actual es el español, donde tenemos alrededor del 95% de nuestras operaciones, pero de cara al futuro creemos que nuestra tecnología nos permitirá, a medio plazo, dar el salto y competir en Europa. Tenemos la tecnología y la experiencia para ello”, concluye Diego Marcos.



Más Información
www.paytpv.com

