

INFORME SOBRE RESULTADOS DE CHECK-LIST SOBRE NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. ANTECEDENTES

Progresivamente, la adaptación empresarial a las nuevas tecnologías ha pasado de ser una ventaja competitiva para empresas avanzadas, a convertirse en una necesidad para cualquier negocio que pretenda sobrevivir en un mercado de libre competencia.

En el caso de la PYME, esta adaptación tecnológica hay que afrontarla con optimismo, dado que son muchas las aportaciones positivas que la misma conlleva, ofreciéndose la posibilidad de reducir los esfuerzos invertidos en los procesos más habituales, para centrarse en aquellos que realmente dan valor a los negocios.

La primera consigna a seguir por los responsables de las PYMES, es adaptar las nuevas tecnologías a su negocio y no su negocio a las mismas. Esto implica que deberán discriminar aquellas actividades en las cuales las nuevas tecnologías van a aportar un valor real de aquellas en las que el valor aportado no resulta rentable.

El pasado mes de junio se ha impartido un curso gratuito para empresas. Este curso de Aplicación de las Nuevas Tecnologías a las PYMES, se ha organizado y promovido por el Centro Local de Innovación y Promoción Económica de Guadalajara (CLIFE), adscrito a la Excm. Diputación de Guadalajara y cofinanciado por la Consejería de Ciencia y Tecnología de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.

El curso ha estado dirigido a empresarios y trabajadores de pymes de Guadalajara con interés en avanzar y profundizar en las nuevas tecnologías y se ha centrado en desarrollar aspectos concretos y prácticos de las posibilidades y aplicaciones de internet para las empresas, así como en el área de las nuevas concepciones para hacer negocios utilizando la red y correo electrónico.

En el curso han colaborado **INFODASA S.A.** (asesoría informática) y **UNED**.

2. DIAGNÓSTICO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

En el curso, anteriormente mencionado han participado 24 empresas, que a partir de la formación recibida y al final del curso, han completado una lista de chequeo sobre nuevas tecnologías.

De las 24 empresas participantes, se han seleccionado 16 empresas con los siguientes criterios :

- ✓ Validez de los datos aportados.
- ✓ Descartar sectores repetidos

Las 16 empresas cuyos datos se han tenido en cuenta para la elaboración del presente informe, pertenecen a los sectores siguientes :

- Geriátría
- Inmobiliaria
- Asesoría
- Producción de semillas
- Artesanía textil
- Construcción
- Instalaciones de fontanería
- Turismo rural
- Fabricación de frutos secos
- Elaboración y comercialización de legumbres
- Ayuntamiento
- Producción de huevos
- Comercialización de perfiles de aluminio
- Fabricación de instalaciones avícolas y porcinas
- Fabricación de aire acondicionado
- Comercio

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente Informe se realiza con el el objetivo de evaluar el grado de implantación de las tecnologías de la información y del uso de internet y del comercio electrónico en las empresas a las que se ha impartido el curso, y presentar un diagnóstico general de la Sociedad de Información.

A continuación se indican los resultados del análisis realizado, en función de los apartados en relación a las nuevas tecnologías, incluidas en la lista de chequeo :

3.1. HARDWARE

A nivel nacional, y en lo relativo al hardware, el 92% de las PYMES españolas disponen de ordenadores para su utilización en el desarrollo de su actividad, con una antigüedad media de casi 3 años.

Todas las empresas que han participado en el curso cuentan con equipos informáticos para el desarrollo de su actividad. Disponen de 6 ordenadores fijos de sobremesa de media y el 87% de los encuestados (14 empresas), creen que son suficientes el número de ordenadores fijos necesarios para la actividad de la empresa.

La antigüedad media de los equipos informáticos es de dos años.

Solamente 4 empresas (el 25 %), disponen de algún empleado con conocimientos para mantener el hardware y (el 43%), 7 empresas , tiene contratados los servicios para el mantenimiento de hardware.

En general 14 de los encuestados, consideran óptimo el hardware empleado para cubrir las necesidades tecnológicas de su empresa (87%).

3.2. SOFTWARE

Como dato general a tener en cuenta, el 88% de las PYMES españolas disponen de Software ofimático estandar y el 37% cuentan con aplicaciones específicas de gestión.

En cuanto a la utilización de un antivirus el 81 % de PYMES españolas disponen del mismo.

Las empresas analizadas, que han participado en el curso, disponen de un software ofimático estándar:

- . Procesadores de texto : 11 empresas (68%).
- . Hojas de cálculo : 12 empresas (75%).
- . Bases de datos : 8 empresas (50 %).

Las aplicaciones más extendidas en cuanto a software se indican a continuación :

- Aplicaciones de facturación : 5 empresas (31%).
- Contabilidad : 7 empresas (43%).
- Programas de gestión : 4 empresas (25%).

El 87% de las empresas analizadas (14 empresas), disponen en sus puestos de trabajo de programas antivirus, de los cuales el 56% (9 empresas), poseen estos programas actualizados.

El 56% (9 empresas), poseen algún empleado con conocimientos para mantener el software instalado y solamente el 31% de las mismas (5) tienen contratados los servicios para el mantenimiento Software.

3.3. REDES

Solamente el 37% (6 empresas), disponen de una red de datos de área local, con una velocidad media de transmisión de cableado de 100 MPBS y el 75 % (12 empresas) consideran suficiente la velocidad para el desarrollo diario de su actividad.

De los poseedores anteriores de redes locales, tan solo el 50% de los mismos (8), tienen contratados los servicios de mantenimiento para este tipo de redes. El 68% de las empresas (11), disponen de conexión externa, del tipo :

- RTB : 5 empresas (31%).
- RDSI : 6 empresas (37%).
- ADSL : 6 empresas (37%).
- Fibra Optica :0%.

Actualmente, y a nivel nacional, un 60% de PYMES, ya cuentan con una red de área local.

3.4. COMERCIO ELECTRONICO / INTERNET

Los datos a nivel nacional son los siguientes: En la actualidad un 64,5% de las PYMES españolas disponen de acceso a internet. Y en cuanto a la utilización de e-mail, el 58% de las PYMES ya utilizan el e-mail en el desarrollo de sus negocios.

Con respecto a las empresas que han participado en el curso y en cuanto a la conexión a internet, el 68%, dispone de conexión a internet (11 empresas), con una media de 3,3 empleados conectados a internet por empresa.

Administración y comercial son los puestos y departamentos que tienen acceso mayor acceso a internet (18%, 3 empresas).

En el 62% de las empresas (10), los empleados tienen acceso a internet, siendo en general el acceso libre (5 empresas, 31%).

Los usos de internet más habituales son :

Información general : 7 empresas (43%).
Bancos : 2 empresas (12%).
Impuestos : 2 empresas (12%).
Correo electrónico : 11 empresas (68 %).
Gestiones con organismos : 1 empresa (6%).
Petición de ofertas : 4 empresas (25%).
Polizas y recibos: 3 empresas (18%).
Pagos a proveedores : 3 empresas (18%).

En cuanto a los puestos más indicados para la utilización de internet, se consideran los siguientes :

Administración : 31%, 5 empresas.
Comercial : 37%, 6 empresas.
Compras : 12%, 2 empresas.
Ventas: 12%, 2 empresas.
Almacén 12%, 2 empresas.
Producción: 6 %, 1 empresa.

3.5. E-MAIL

El 75% de las empresas (12), disponen de correo-electrónico para desarrollar su actividad, con una media de 3,6 empleados que utilizan correo electrónico por empresa.

La utilización de correo electrónico en la empresa es la siguiente :

- Proveedores: 6 empresas (37%).
- Clientes: 6 empresas (37%).
- Interno: 3 empresas (18%).
- Otros :1 empresa (6%).

3.6. WEB

Un 24% de las PYMES españolas cuentan con una referencia en internet de este tipo y sus clientes pueden, a través del mismo, realizar consultas o incluso comprar a través de la red.

En cuanto a las empresas participantes en el curso del Clipe, solamente el 18% de las empresas (3), disponen un dominio registrado en INTERNET y tan solo el 37 % de las mismas dispone de página web (6 empresas).

De ese 37% anterior, solamente 3 empresas (18%) ,está presente en una web agrupada y solamente 5 de ellas (el 30%),actualizan su web, por lo menos una vez al año.

3.7. COMERCIO ELECTRÓNICO

Solamente el 25% de las empresas (4), utilizan INTERNET para la realización de transacciones comerciales y tan solo el 12% de las mismas (2 empresas), conocen los aspectos legales relacionados con la venta/compra por INTERNET.

En cuanto a los servicios de e-commerce que se ofrece a los clientes y proveedores, podemos decir :

- 68%, 11 empresas:Ninguno.
- 31%, 5 empresas : listas de precios, transferencias, pagos, contrataciones y reclamaciones.

El tipo de transacciones electrónicas que más se utilizan por las empresas encuestadas son : transferencias, consulta de extractos de bancos, pago de impuestos de impuestos y contrataciones.

Solamente el 6% (1 empresa), participa en acciones comerciales enmarcables en tecnologías B2B (Integración con Clientes / Proveedores), el 25%, 4 empresas de las mismas tienen conocimiento de las opciones tecnológicas relacionadas con la seguridad en la red y solamente dos empresas (el 10% de las mismas) utilizan las opciones tecnológicas relacionadas con la seguridad en la red: SSL, SET.

Por último podemos decir que solamente dos (el 10%) utilizan el certificado digital, y que (el 25 %) correspondiente a 4 empresas hace uso de funciones B2A (Presentación de impresos electrónicos a Hacienda, Seguridad Social) y que ninguna de las empresas analizadas tiene integrados las funciones de B2B con sus sistemas de gestión. Tampoco utilizan opciones de formación por internet.

4. CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados podemos distinguir los siguientes niveles, en relación con el porcentaje de implantación de las nuevas tecnologías en las empresas consideradas :

>80-100%. Situación muy satisfactoria

- ✓ El número de ordenadores fijos necesarios para la actividad de la empresa.
- ✓ El hardware empleado para cubrir las necesidades tecnológicas de la empresa.
- ✓ Disposición de los programas antivirus necesarios.

>60-80%. Situación satisfactoria

- ✓ Disposición de conexión externa.
- ✓ Conexión a internet y correo-electrónico para desarrollar su actividad
- ✓ Acceso a internet por parte de los empleados.

>40-60%. Situación aceptable

- ✓ Servicios contratados de mantenimiento Hardware y redes locales.
- ✓ Programas antivirus actualizados
- ✓ Conocimientos por parte de algún empleado del mantenimiento del software instalado.

>20-40%. Situación mala

- ✓ Conocimientos de algún empleado para mantener el hardware
- ✓ Contratación de servicios de mantenimiento Software.
- ✓ Disposición de una red de datos de área local.
- ✓ Conexión RDSI/ADSL

- ✓ Utilización de correo electrónico en proveedores y clientes.
- ✓ Disposición de página web
- ✓ Actualización de la web, por lo menos una vez al año.
- ✓ Utilización de INTERNET para la realización de transacciones comerciales
- ✓ Servicios de e-commerce que se ofrece a los clientes y proveedores

0-20%. Situación muy mala

- ✓ Utilización de correo electrónico a nivel interno y para distribuidores:
- ✓ Utilización de dominio registrado en INTERNET
- ✓ Presencia de las web en web agrupada.
- ✓ Conocimiento de los aspectos legales relacionados con la venta/compra por INTERNET.
- ✓ Participación en acciones comerciales enmarcables en tecnologías B2B (Integración con Clientes / Proveedores),
- ✓ Conocimiento de las opciones tecnológicas relacionadas con la seguridad en la red.
- ✓ Utilización de las opciones tecnológicas relacionadas con la seguridad en la red:SSL, SET.
- ✓ Utilización de certificado digital
- ✓ Uso la empresa de funciones B2A (Presentación de impresos electrónicos a Hacienda, Seguridad Social)
- ✓ Integración de las funciones de B2B con sus sistemas de gestión.
- ✓ Utilización de las opciones de formación por internet : e-learning.

5. COMENTARIO

Las PYMES españolas son cada día más conscientes de la importancia de las nuevas tecnologías como elemento que asegure su éxito competitivo, y de forma coherente con ello, están destinando importantes recursos a mejorar sus activos tecnológicos.

Existen numerosas razones, por las cuales, cualquier PYME debe estar en la Sociedad de la Información. Algunas de ellas son las siguientes:

- **Posibilidad de analizar en el momento la información de la propia empresa** extraída de las aplicaciones informáticas.
- **Posibilidad de analizar información de mercado a través de internet:** permite realizar comparaciones y reaccionar ante las amenazas y aprovechar las oportunidades.
- **Reducción de costes** y tiempos en comunicaciones y procesos de gestión.
- **Permite a los clientes el acceso al negocio las 24 horas del día los 365 días del año.**
- **Permite la transición de un mercado local a uno global.**

En la evolución hacia la plena integración en las tecnologías de la información y la comunicación, las organizaciones suelen pasar por las siguientes fases:

1ª Fase: La empresa adquiere equipos de proceso de datos y aplicaciones informáticas que le permiten realizar tareas rutinarias de manera automatizada y más eficiente.

2ª Fase: La informatización se extiende al resto de las áreas con un mayor valor añadido.

3ª Fase: Integración de la información disponible en la empresa. Los datos se introducen en un único sistema y quedan disponibles para los demás.

4ª Fase: Integración del sistema de información de la empresa con el de sus clientes, proveedores y empleados.

No se puede afrontar la evolución hacia las nuevas tecnologías sin planificar previamente la estrategia global para este nuevo entorno. Esta estrategia deberá implicar una serie de acciones asociadas:

➤ **Planificación de las fases de integración en la Sociedad de la información.**

➤ **Establecimiento de un plan estratégico de presencia en internet.**

- En primer lugar, la empresa debe decidir si su posicionamiento en Internet debe estar dirigido a establecer una mejor relación con sus clientes tradicionales o a conseguir nuevos clientes.

- Frente al problema de la falta de visibilidad y de la dificultad de atraer clientes a la división on-line del negocio, para las pymes existe la posibilidad de aprovechar la cobertura que les ofrecen organizaciones más destacadas, integrándose en mercados verticales en el caso del Business to Business (Empresa-Empresa o B2B) o en los escaparates de tiendas que ofrecen grandes portales y buscadores en el caso del Business to Customer (Empresa-Cliente o B2C).

- Una vez efectuado el salto a la Red, la empresa deberá decidir qué productos y servicios ofrecer en su división on-line del negocio, optando entre la totalidad o una parte de los mismos, en función de la demanda que espere recibir para ellos y el tipo de segmento de clientes al que va dirigido.

Por último, resulta fundamental que en las PYMES, se tengan muy en cuenta los siguientes aspectos:

- **Actualización del Software base, de las aplicaciones ofimáticas, de las aplicaciones de gestión, del Hardware y de los sistemas de comunicaciones: Utilización de los estándares de mercado.**
- **Formación del personal en las tecnologías de la información.**
- **Asignación de responsabilidades de búsqueda de información en las distintas áreas de la empresa y fomento del hábito de búsqueda y análisis entre el personal.**