

**FICHA TÉCNICA**

**Título: Las TIC como agentes de cambio en la empresa española.  
Situación Actual y tendencias de futuro**

Año: 2005

Fuente: e-business Center Pricewaterhouse Coopers & IESE.

Nº de páginas: 46

Acceso/coste: Gratuito

Localización: [http://www.iese.edu/es/files/5\\_15975.pdf](http://www.iese.edu/es/files/5_15975.pdf)



*Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) juegan un papel fundamental en el proceso de transformación de la economía y constituyen una fuente vital de competitividad para las empresas. Su implantación conlleva cambios en el seno de las compañías que afectan a diversos aspectos organizativos, desde la forma de producción hasta la interacción con el cliente.*

*Para analizar el impacto de esta transformación, el e-business Center PwC&IESE ha puesto en marcha el estudio «Las TIC como agente de cambio en la empresa española. Situación actual y tendencias de futuro». Dado que las TIC están presentes en la mayoría de los procesos de las empresas y que su incorporación afecta a un amplio abanico de funciones de negocio, nuestra investigación distingue el impacto de las TIC en diferentes áreas: adopción de tecnología e infraestructura, interacción con el cliente y con los proveedores, resultados de negocio y organización interna.*

## *Descripción*

---

El objetivo central de este estudio es, analizar el impacto y los principales desafíos que las TIC plantean al sector empresarial español, y a la vez, establecer comparaciones con los resultados obtenidos en las empresas norteamericanas.

## *Contenido*

---

El proyecto BIT se ha llevado a cabo mediante una encuesta dirigida a distintas organizaciones pertenecientes a diversos sectores de la industria. Por lo que fue enviada a 5.567 empresas de distintos sectores en España. Entre junio y septiembre de 2004 se realizó una primera oleada de encuestas a las 250 primeras compañías españolas en nivel de facturación. Entre octubre de 2004 y abril de 2005 se llevó a cabo una segunda ola de encuestas a 5.317 empresas españolas de todos los tamaños.

## *Estructura del informe*

---

1. Introducción
2. Metodología
3. Las TIC en la empresa española
  - 3.1. Adopción de tecnología e infraestructuras
  - 3.2. Organización Interna
  - 3.3. Interacción con el cliente
  - 3.4. Comunicación con Proveedores
  - 3.5. Impacto de la tecnología en los resultados de negocio
4. La situación española respecto a Estados Unidos
5. Conclusiones
6. Bibliografía

## *Principales conclusiones*

---

- ❖ En la actualidad, las principales tecnologías de que disponen las **empresas españolas** son las páginas web y el comercio electrónico, las herramientas de trabajo en grupo y de productividad (por ejemplo, Lotus Notes) y los sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP).
- ❖ Así, el 89% de las empresas tienen páginas web y comercio electrónico, mientras que un 85% disponen de herramientas de productividad o trabajos en grupo. El porcentaje de compañías españolas que cuentan con sistemas de planificación de recursos empresariales asciende al 79%.

- ❖ La partida de los presupuestos de TI que más ha aumentado en los últimos tres años es la de seguridad de hardware y software: más del 80% de las empresas confirmaron el crecimiento del gasto destinado a ambas tecnologías. Por el contrario, el elemento más estático es la recuperación de desastres, y casi la mitad de las empresas (47%) no han variado la inversión dedicada a este aspecto.
- ❖ El **impacto de las TIC** en la organización interna de las empresas se aborda desde dos perspectivas: una relacionada con el trabajo y la dirección y otra con la externalización de los procesos.
- ❖ En cuanto al impacto de la tecnología en el trabajo y dirección, casi un 90% de las empresas están de acuerdo (27% están muy de acuerdo y 60% de acuerdo) con la necesidad de incrementar las habilidades de TI en los niveles inferiores de la plantilla. No menos importante es el impacto de las TIC en la demanda de acceso inteligente a la información a nivel ejecutivo para el 84% de las empresas.
- ❖ Por su parte, un 83% de las empresas aseguran que se ha incrementado la proporción de empleados que trabajan ante una pantalla, mientras que un 75% consideran que las TIC han generado la necesidad de reciclar trabajadores y el 72% piensan que ha aumentado el número de empleados a distancia.
- ❖ El medio de contacto más utilizado por las empresas continúa siendo el teléfono (90%) y, en segundo lugar, se encuentra el correo electrónico (84%). A pesar de ello, las empresas continúan utilizando la relación directa con sus clientes. De hecho, el 84% de las empresas aún utilizan con frecuencia el contacto cara a cara. Las tecnologías menos populares son los mensajes de texto telefónico (12%), la voz interactiva telefónica (12%) y las pantallas emergentes (*screen pops*) (6%).
- ❖ La mayoría de empresas españolas segmentan sus mercados por áreas geográficas y precios, dos fórmulas bastante tradicionales. En este sentido, los empresarios parecen utilizar menos los portales para **clientes**, la personalización de webs y la segmentación según el acceso a la tecnología online. Así, se podría decir que las TIC no se han constituido aún como una herramienta popular para la segmentación de mercados.
- ❖ La inclusión de las TIC en los negocios no ha hecho variar de manera significativa la imagen corporativa de las empresas; el 91% de las empresas mantiene en el entorno online el mismo concepto de marca que en el offline, el 89% no ha modificado su logo y el 86% no ha modificado su lema ni su nombre.
- ❖ La gran mayoría de las empresas utiliza algún tipo de software en la comunicación con sus **proveedores**, como EDI (65%), comunicación a través de web (58%) y planificación de la demanda y reposición (55%).
- ❖ El principal mecanismo de adquisición es la compra directa, que utilizan el 73% de las empresas. Más de la mitad de los encuestados (55%) utilizan los

catálogos como mecanismo B2B en el proceso de compras. Le siguen los contratos de compra a largo plazo y el mercado electrónico con proveedores (49%). Estos datos permiten apreciar que las empresas están incluyendo las TIC en sus relaciones con los proveedores. Los mecanismos menos expandidos son los agregados de demanda y los mercados de intercambio.

- ❖ Las TIC han producido **efectos positivos** en los resultados empresariales. Las empresas aseguran haber reducido el gasto en producción (64%), comunicación interna (55%) y recursos humanos (42%). En cambio, ha aumentado la inversión en tecnología (49%) y en servicios de consultoría y colaboración (18%).
- ❖ En líneas generales, las tendencias tecnológicas en **España y Estados Unidos** son muy similares. En ambos países, las herramientas tecnológicas más extendidas son las páginas web y las de comercio electrónico. Sin embargo, y pese a que esta tecnología se posiciona como la más utilizada en los negocios norteamericanos, su utilización en ese país es inferior a la registrada en España.
- ❖ Los hardware y software de conectividad de redes inalámbricas son la segunda tecnología más utilizada en Estados Unidos, mientras que en España esta tecnología ocupa el quinto lugar en 2004, y en el cuarto en las previsiones para 2007.