

## Nivel de implantación de las TIC en España, Comunidad Valenciana y Gandia

Cristina Santandreu-Mascarell<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Dpto. de Organización de Empresas. Escuela Politécnica Superior de Gandia. Universidad Politécnica de Valencia. Escuela Politécnica Superior de Gandia, c/ Paranimf nº 1, 46730 Gandia (Valencia).  
[crisanma@omp.upv.es](mailto:crisanma@omp.upv.es).

**Palabras clave:** comercio electrónico, internet, ordenador, telefonía móvil, TIC.

### 1. Introducción

En la década de los ochenta emergen en los países industrializados más avanzados las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Sobre este significativo fenómeno tecnológico arranca la configuración de una nueva estructura social y, en términos generales, un nuevo tipo de sociedad a la que se le denomina con la etiqueta de sociedad de la información.

En España el análisis de la sociedad de la información se ha circunscrito, en la mayoría de las ocasiones, a cuantificar la evolución de usos, servicios, accesos y dispositivos. Si bien se han realizado aproximaciones desde diferentes perspectivas teóricas y disciplinares a la sociedad de la información. En efecto, el análisis del impacto social de la tecnología pone de manifiesto como ésta no es adoptada de forma similar en los diferentes perfiles y grupos sociales. Es decir, existen diferentes modelos de adopción tecnológica en función de determinadas variables y parámetros del ámbito social y cultural.

En este trabajo analizamos varios informes que estudian la implantación de las TIC a varios niveles: nacional, autonómico y local. Es interesante la comprobación y comparación de las variables a estudio en zonas más concretas. España está organizada en 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas. La Comunidad Valenciana es una, y, en concreto, nos centramos en una región llamada La Safor, Gandía, que tiene una población de 81.950 habitantes y es uno de los principales destinos turísticos españoles. Actualmente, la base principal de la economía local es el comercio y los servicios de las pequeñas empresas, siendo el foco comercial de la región, con 180.000 habitantes.

### 2. Implantación y uso del ordenador

La penetración del ordenador en la empresa española varía notablemente en función de su tamaño. Las microempresas con hasta dos empleados cuentan con la penetración más baja: un 54,7%. El salto cuantitativo se produce en las microempresas de 3 a 9 empleados, cuyo porcentaje de utilización del ordenador se sitúa en niveles semejantes a las pequeñas y medianas empresas. La media de penetración del ordenador en la microempresa española se sitúa en el 61,2% como puede verse en la tabla 1.

Tabla 1. Implantación y uso del ordenador.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori.

Implantación y uso del ordenador	Microempresas	Pymes
España	61,2 %	98,1 %
Comunidad Valenciana	84 %	90 %
Gandia	78 %	78 %

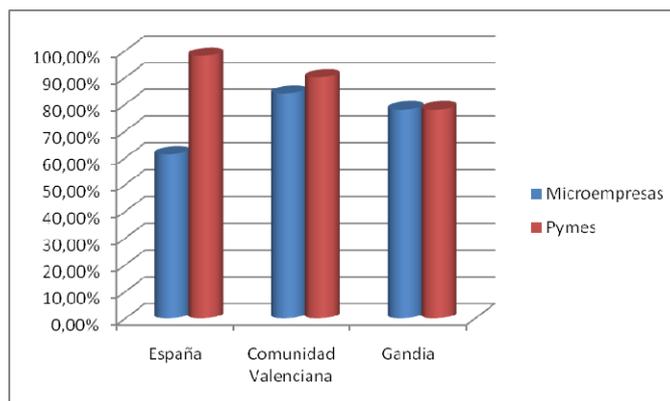


Gráfico 1. Implantación y uso del ordenador.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori

La penetración media del ordenador en el caso de las pymes se sitúa en el 98,1%. El 72,6% de las empresas que no cuentan con equipos informáticos aduce como principal motivo la ausencia de necesidad de los mismos para el desarrollo de su actividad o la falta de beneficios en su uso (Fundetec, 2008). Por tanto, los futuros incrementos de la penetración de los ordenadores dependerán, en gran medida, de la modificación de esta percepción negativa de los empresarios que aún no los utilizan.

En la Comunidad Valenciana el tamaño de la empresa es también una variable directamente relacionada con la penetración y uso de las TIC, demostrándose en el caso de los ordenadores que la implantación de la tecnología en empresas de 10 y más empleados es prácticamente pleno, siendo del 84% las microempresas que disponen de ordenador.

El 90% de las empresas de 10 y más empleados, informatizadas, disponen de una red de área local, siendo casi el 70% de tipo inalámbrico, confirmando esto dato la creciente modernización. En las microempresas este porcentaje se reduce al 59'1% (Cevalsi, 2007).

El 82% de las empresas de Gandia dispone de ordenador fijo, cifra inferior que la registrada para la Comunidad Valenciana (98,8%), según datos del INE (2007). Teniendo en cuenta que el número de empresas con ordenador disminuye cuando se trata de pymes y micropymes, siendo el 68,9% en la Comunidad Valenciana y el 78% en Gandia (L'Observatori, 2007). Un resultado relevante de este estudio es que el número de ordenadores aumenta con el número de empleados, y que de las empresas que ya poseen equipos informáticos, son las de mayores dimensiones, es decir, con un número más elevado de trabajadores, las que más intención tienen de renovar los equipos, indicando un mayor grado de interés y adecuación de las empresas a las innovaciones relacionadas con la tecnología.

### 3. Implantación y uso de servicios de telefonía móvil

La telefonía móvil se ha convertido en una herramienta ampliamente utilizada por todas las empresas españolas, utilizada por el 92,9% de las pymes. Este porcentaje se reduce al 69,6% en el caso de las microempresas (Fundetec, 2008).

En la Comunidad Valenciana la gran mayoría de empresas de 10 y más trabajadores tienen contratado un servicio de telefonía móvil, el porcentaje de empresas que no lo poseen es por debajo del 6%. El porcentaje de microempresas con servicio de telefonía móvil es del 76,8% (Cevalsi, 2007). Estos datos pueden verse resumidos en la tabla 2.

Tabla 2. Implantación y uso de la telefonía móvil.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori.

Implantación y uso de la telefonía móvil	Microempresas	Pymes
España	69,6 %	92,9 %
Comunidad Valenciana	76,8 %	
Gandia	79 %	89 %

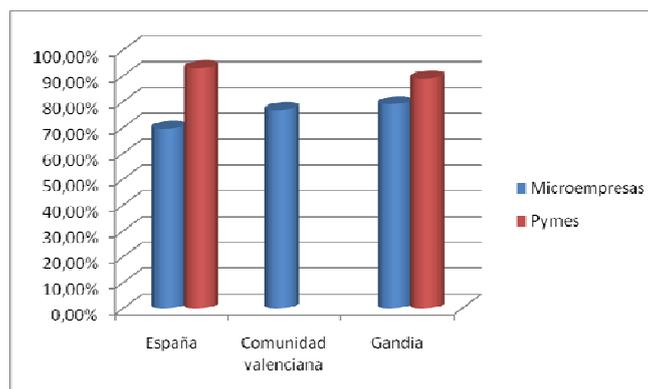


Gráfico 2. Implantación y uso de la telefonía móvil.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori.

En Gandia, en cuanto a la telefonía móvil el estudio realizado concluye que el 84% de las empresas de Gandia disponen al menos de 1 teléfono móvil y que su penetración está relacionada con el tamaño de las empresas: el 98% de las empresas de 20 o más trabajadores disponen, el 89% de la de 6 a 19 trabajadores, el 79% de las de entre 1 y 5 trabajadores y el 83% de los empresarios sin empleados (L'Observatori, 2007).

### 4. Implantación y uso de internet

Internet se ha convertido en una de las principales herramientas de comunicación y negocio para las empresas españolas. Este hecho se corrobora al comprobar que el 94,3% de las pymes cuenta con conexión a internet. Por el contrario, en el segmento de las microempresas el porcentaje desciende notablemente, en línea con la reducción en el uso del ordenador, hasta el 48% (Fundetec, 2008).

En la Comunidad Valenciana el estudio concluye que la tecnología internet ha alcanzado un nivel de penetración casi total entre las empresas valencianas informatizadas, 98'4%, lo que supone el 97'6% del total de las empresas, siendo la ADSL la principal tecnología de acceso (92'8%), porcentajes que siguen muy de cerca las microempresas. En las empresas de 10 y más trabajadores utilizan internet y correo electrónico poco más de un 30% (prácticamente la mitad del registrado en las microempresas) (Cevalsi, 2007) como observamos en la tabla 3.

Tabla 3. Implantación y uso de Internet.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori.

<b>Implantación y uso de internet</b>	Microempresas	Pymes
España	48 %	94,3 %
Comunidad Valenciana	60 %	30 %
Gandia	66 %	84 %

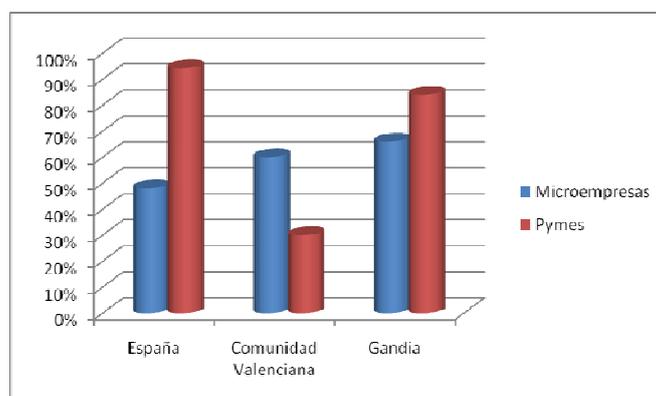


Gráfico 3. Implantación y uso de Internet.

Elaboración propia a partir de datos de Fundetec, Cevalsi y L'Observatori.

En Gandia el estudio refleja que el tamaño de la empresa sigue siendo un determinante importante en la conectividad a internet, ya que la totalidad de empresas con más de 20 empleados disponen de este recurso tecnológico, el 84% de las empresas de 6 a 9 trabajadores, el 66% de las que tienen entre 1 y 5 trabajadores y el 45% de los empresarios sin trabajadores (L'Observatori, 2007).

## 5. Comercio electrónico.

El comercio electrónico es la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en cualquiera de las actividades que intervienen en las transacciones comerciales (ONTSI, 2007).

En la Comunidad Valenciana el 46% de las empresas con internet realiza compras a través de este canal y el 15% ofrece sus productos o servicios en la web. Debemos señalar como dato relevante que de las empresas conectadas a internet que ofrecen sus productos o servicios en este medio (14'8%), su número asciende a casi el 20% cuando han tenido en cuenta sólo a las que disponen de página web. Este porcentaje en las microempresas se establece en el 13'9%, suponiendo el 10'3% del total de las empresas (Cevalsi, 2007).

Entre las empresas que se han analizado en Gandia, se ha llegado a la conclusión de que la página web empieza a ser relevante en empresas de más de 5 trabajadores, siendo el porcentaje bastante elevado (81%) entre las empresas de 20 trabajadores o más (L'Observatori, 2007).

Aunque los resultados son muy positivos, todavía existen muchas empresas que se resisten a utilizar la página web como un canal de venta de sus productos o servicios: solamente el 29'6% de las empresas admiten pedidos on-line y sólo un 5'2% ofrecen servicios de pago.

Los resultados del informe presentado demuestran que las empresas que tienen más de 20 trabajadores muestran un mayor interés en desarrollar una página web propia. Otra variable importante es la formación siendo directa la relación: a mayor formación, mayor interés (MITC y Telefónica, 2007). Este informe concluye recomendando la realización por parte de las empresas de un modelo de gestión basado en las TIC y del conocimiento, con el objetivo de mejorar y aumentar su competitividad, favoreciendo el acceso a las TIC y explotando las posibilidades de estas tecnologías.

## **6. Conclusiones**

Tras el análisis de los distintos estudios vemos que los porcentajes son muy equivalentes tanto a nivel nacional como de comunidad y locales. Es por ello que podemos confirmar que la mayoría de las empresas poseen las variables básicas para su desarrollo como empresas innovadoras y para cada una de ellas existen factores facilitadores e inhibidores.

## **Referencias.**

CEVALSI (2007). Observatorio Valenciano de la Sociedad Tecnológica y el Conocimiento. Infobaròmetre empresarial de la Comunitat Valenciana.

FUNDETEC (2008). Fundación para el Desarrollo Infotecnológico de Empresas y Sociedad: Informe@Pyme08: Análisis sectorial de las TIC en la Pyme española.

INE (2007). Instituto Nacional de Estadística: Encuesta d'ús de TIC i comerç electronic en les empreses de la Comunitat Valenciana (2006-2007).

L'OBSERVATORI (2007). Informació socioeconomic de Gandia i la Safor. Presència de NTIC a les empreses. Col.lecció estudis núm. 4.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO y TELEFÓNICA (2007). 1er Informe: Inhibidores de uso de las TIC en la sociedad española. [www.red.es](http://www.red.es).

ONTSI (2007). Observatorio Nacional de la Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información: La Sociedad en Red 2007. [www.red.es](http://www.red.es).