



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es

DIAGNÓSTICO TECNOLÓGICO SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y TRANSFORMADOS DEL MAR

Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad
de la Información
Entidad Pública Empresarial Red.es



Diciembre 2006



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

Índice

1.	INTRODUCCION	3
2.	SECTOR CONSERVERO DE PESCADO EN ESPAÑA	4
2.1.	Datos y magnitudes económicas del sector conservero	4
2.2.	Estructura del sector de conservas de pescado	4
2.3.	Actividad innovadora del sector Agroalimentario (Alimentación, Bebidas y Tabaco)	5
3.	INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD TIC	6
3.1.	Infraestructura TIC y de comunicaciones	6
3.2.	Acceso a Internet.....	7
3.3.	Usos y herramientas de Internet	8
3.3.1.	Herramientas de Internet	8
3.3.2.	Usos de Internet	9
3.3.3.	La página web como herramienta para el negocio del sector conservero pesquero	10
3.3.4.	La implantación de dispositivos de seguridad informática en el sector conservero pesquero.....	11
4.	USO DE APLICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN EN EL SECTOR CONSERVERO PESQUERO	12
4.1.	Aplicaciones y herramientas tecnológicas.....	12
4.2.	Implantación futura de otras soluciones tecnológicas.....	14
5.	NEGOCIO ELECTRÓNICO Y SECTOR CONSERVERO	15
5.1.	Uso de la red como canal para el negocio minorista	15
5.1.1.	Compras	15
5.1.2.	Ventas a través de Internet	15
5.2.	Palancas de impulso y barreras al desarrollo del comercio electrónico en el sector conservero.....	16
6.	EL FUTURO DE LAS TECNOLOGÍAS Y SU USO POR EL SECTOR CONSERVERO PESQUERO	17
6.1.	Valoración de las tecnologías	17
6.2.	El futuro de las TIC en el sector conservero	18
6.2.1.	Agentes prescriptores de las TIC para el sector. El papel de la Administración como impulsor de las TIC.	18
6.2.2.	¿Qué pide el sector conservero al desarrollo futuro de las TIC? ..	19
7.	CONCLUSIONES	21
8.	ANEXOS	23
8.1.	Relación de gráficos y tablas.....	23
8.2.	Bibliografía y fuentes.....	23
8.3.	Cuestionario de la Encuesta.....	24

1. INTRODUCCION

La **Entidad Pública Empresarial Red.es**¹, adscrita a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información del Ministerio de Industria Comercio y Turismo publica a través del Observatorio de las Telecomunicaciones diversos estudios y análisis sobre el grado de desarrollo y avance de la Sociedad de la Información en nuestro país, tanto en el ámbito ciudadano, como en el empresarial.

Como parte de su actividad de análisis ha elaborado, en colaboración con la Fundación **Fundetec**², - de la que forma parte Red.es y alguna de las principales empresas del sector TIC en España- y la participación del **Gobierno de la Comunidad de Cantabria** a través de **SODERCAN** (Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria) y la colaboración de Asociaciones empresariales del sector de conservas de pescado el presente informe de **Diagnóstico del Sector de Conservas de pescado y productos transformados del mar**, utilizando como base dos fuentes de información:

- Las encuestas que, con carácter anual, realiza el INE en relación al desarrollo de la Sociedad de la Información en la empresa española.

☞ *NOTA IMPORTANTE.* En esta encuesta, se analizarán los datos recogidos por el INE dentro de la agregación sectorial de los grupos CNAE 15-21, compuesto de los sectores de Alimentación, bebidas, tabaco, textil, cuero y calzado, madera y corcho y papel, y no solamente el sector CNAE 15 de Alimentación o directamente el CNAE 152 en el que están incluidas las empresas del sector conservero pesquero, y, en cualquier caso, las empresas con más de 10 empleados. No ha sido posible la desagregación subsectorial de esta información.

- Realización de una Encuesta dirigida a empresas del sector de conservas de pescado a través de un trabajo de campo utilizando dos vía de recogida de datos:
 - Encuesta on-line incluida en la página web de Sodercan y Fundetec.
 - Encuesta directa presencial realizada por las Asociaciones del sector conservero y Sodercan a las empresas del sector.

Ficha encuesta on-line

Tamaño muestra/ N° empresas	109
- Encuesta on-line	39 (35,7 %)
- Encuesta telefónica/envío postal/ fax	70 (64,3 %)
Periodo realización	1/10/2006 a 01/12/2006
Desagregación por tamaño empresa	Microempresas 12 (11%) Pequeñas empresas 32 (29,4%) Medianas empresas 39 (35,8%) Grandes empresas 17 (15,6%) Sin definir 9 (8,3%)
Estimación error estadístico – Confianza 95%	
Total empresas sector / con Pc	+/- 8,5 %
Total empresas con acceso a Internet	+/- 8,5 %

¹ Entidad Pública Empresarial Red.es: www.red.es

² Fundetec. www.fundetec.es

2. SECTOR CONSERVERO DE PESCADO EN ESPAÑA

2.1. Datos y magnitudes económicas del sector conservero

Personas ocupadas y volumen de negocio.

Según los últimos datos recogidos en el Mapa del documento "La industria Agroalimentaria y de la Alimentación. Anuario Estadístico Agroalimentario" del año 2004, los datos de negocio del sector conservero pesquero son:

Tabla 1. Volumen de negocio y personas ocupadas año 2003

Sector	Ventas netas (miles euros)	Personas ocupadas
Sector conservero pescado	3.306.493	22.990
Total sector agroalimentario	67.241.577	367.648
Peso sector conservero	4,9%	6,2%

MAPA. Anuario estadístico Agroalimentario Año 2004.

Dentro del sector agroalimentario el peso del sector en el año 2003, según el MAPA suponía aproximadamente el 5% del total de negocio del sector agroalimentario con algo más de 3.306 millones de euros de negocio.

Este sector ocupaba en el año 2003 a un total de 22.990 personas, un 6,2% del total de los más de 367.000 ocupados del sector agroalimentario en nuestro país.

2.2. Estructura del sector de conservas de pescado

Según los datos del INE³, el sector conservero de pescado lo conforman un total de 803 empresas, correspondientes al sector CNAE 152 "Elaboración y conservación de pescados y productos a base de pescado".

Al sector de Industria de productos alimenticios y bebidas (CNAE 15) pertenecen un total de 31.824 empresas, de las que por tanto, solamente un 2,5% de las empresas se corresponden con empresas del sector de conservas pesqueras.

Si desglosamos las 803 empresas obtenemos:

- 439 Empresas tienen menos de 10 empleados en sus organizaciones, lo que supone un peso del 54,7% sobre el total de empresas. Dos tercios de estas empresas están identificadas como empresas con menos de 3 empleados y el tercio restante, aproximadamente 165 empresas tienen entre 3 y 9 empleados.

Aún así es un sector en el que el peso de las empresas de más de 10 empleados es muy importante y significativo ya que la media a nivel nacional situaría a las microempresas por encima del 90% de las empresas del total y en este caso superaría el 45% de las empresas conserveras pesqueras.

- Las empresas entre 10-49 empleados suponen el 35,6% del sector y las medianas y grandes empresas serían las 90 empresas restantes (11%).

³ INE 2005. Directorio Central de Empresas. DIRCE. CNAE 52. Comercio minorista excepto venta y reparación de vehículos y motocicletas. www.ine.es

- En la Comunidad Autónoma de Galicia están localizadas el 25% de las empresas, seguido de Andalucía con el 12,1% y el País Vasco con el 10,7%. Geográficamente en la Costa norte y noroeste estarían situadas el 48% de las empresas del sector, en la Costa mediterránea y Andalucía el 35%, y en las comunidades autónomas del interior se localizan un 15,5% de las empresas conserveras pesqueras.

2.3. Actividad innovadora del sector Agroalimentario (Alimentación, Bebidas y Tabaco)

Según los datos de la Encuesta de Innovación y de la Encuesta de Investigación y Desarrollo Tecnológico del año 2004 del INE, el sector Agroalimentario (sectores 15-16 CNAE) han generado:

Tabla 2. Actividad innovadora sector Agroalimentario Año 2004.

Sector	Total empresas sectores CNAE 15-16	Empresas innovadoras Totales 2004	Empresas innovadoras en 2004	Gastos en innovación (miles de euros)	Número Patentes solicitadas 2004
Sector Alimentación, Bebidas y Tabaco	32.659	2.034	596	603.668	809
Total empresas	2.942.583	51.316	8.958	12.490.813	12.916
Peso sector Agroalimentario	1,1%	3,9%	6,6%	4,8%	6,2%

INE. Encuesta de innovación e I+D Año 2004.

Los datos de la encuesta de Innovación e I+D del INE del año 2004, indican que existen algo más de **2.000 empresas de los sectores de Alimentación, Bebidas y Tabaco que realizan actividades innovadoras**, lo que supone aproximadamente un 6,2% de empresas innovadoras en el sector.

Un aspecto positivo extraído de los datos de la encuesta del año 2004 indica que el **peso de las empresas innovadoras del sector de Alimentación se ha incrementado hasta el 6,6%** del total en ese año 2004, superando el 3,9% de media histórica de peso de las empresas innovadoras del sector Agroalimentario sobre el total de empresas innovadoras de nuestro país.

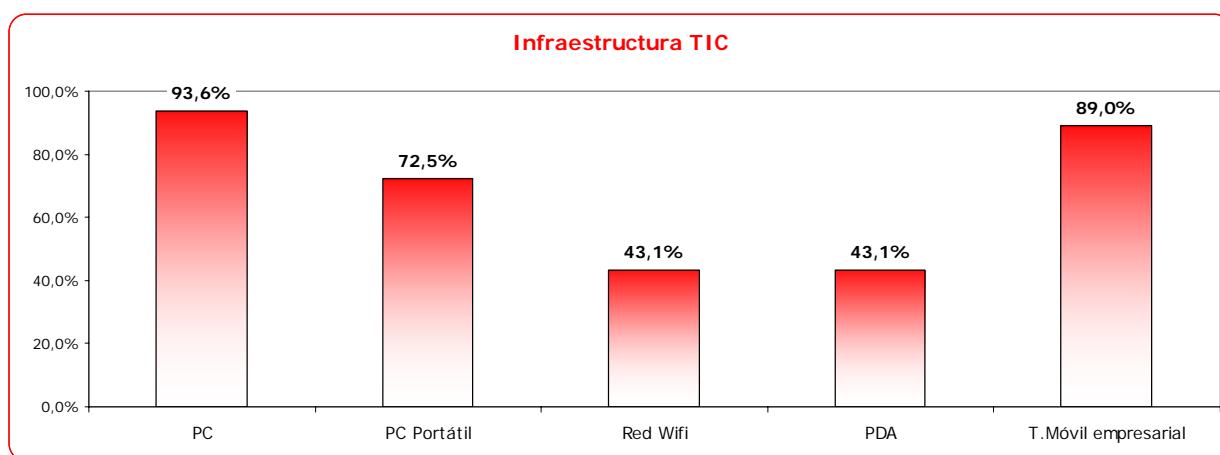
Aún con todo, la actividad generadora de patentes por parte del sector ha supuesto la solicitud de **solamente 809 patentes en el año 2004**, lo que supone un 6,2% del total de patentes presentadas por las empresas españolas.

3. INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD TIC

3.1. Infraestructura TIC y de comunicaciones

El primer aspecto a diagnosticar será la disponibilidad de infraestructura TIC a través de la incorporación del PC en el ámbito de negocio y el uso de alguna otra herramienta o tecnología TIC, asociada a la tenencia y utilización de estos dispositivos.

Gráfico 1. Infraestructura TIC



Encuesta Diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

- El **100% de las empresas encuestadas disponen de PC** ya sea de sobremesa o portátil.
El PC se convierte en una herramienta básica para la gestión de su negocio. Como veremos más adelante las diferencias se identificarán en el tipo de aplicaciones implantadas en sus PCs y las funciones que se ejecuten con ellas.
- En relación a la disponibilidad de nuevos elementos tecnológicos, el **uso de la PDA para su gestión es utilizado por 4 de cada 10 empresas.**
- Dentro de la encuesta se evalúa también la disponibilidad de otros dispositivos o herramientas como el uso de red Wifi en sus instalaciones, elemento que podría permitir realizar determinadas tareas dentro de sus procesos de gestión o de negocio.
De la Encuesta de Diagnóstico se ha obtenido que el **43,1 % de las empresas disponen de red Wifi.**
- **Resulta destacable que el 89% de las empresas utilicen la telefonía móvil como vía de comunicación.**
El uso cada vez mayor de la telefonía móvil y la incorporación de nuevos servicios con un valor mayor añadido podría convertirse en el futuro en una fuente o soporte de servicios adaptados a la empresa conservera.
- **Por último resaltamos en este apartado que en la encuesta del INE, se indica que:**

- En los sectores CNAE 15-21 (Alimentación, bebidas, tabaco; textil; cuero y calzado; madera y corcho; papel), **solamente un tercio de los empleados utilizan ordenadores conectados a Internet de manera habitual.**
- **El 5,97% de los empleados pueden conectarse a los sistemas de la empresa desde el exterior** (posibilidad de teletrabajo), frente al 11% de la media nacional, para empleados de empresas de más de 10 trabajadores.

Es decir, la propia estructura organizativa de la empresa y su condición de trabajo manual intensivo lleva a esta tipología de implantación del uso de las tecnologías por parte de los trabajadores del sector.

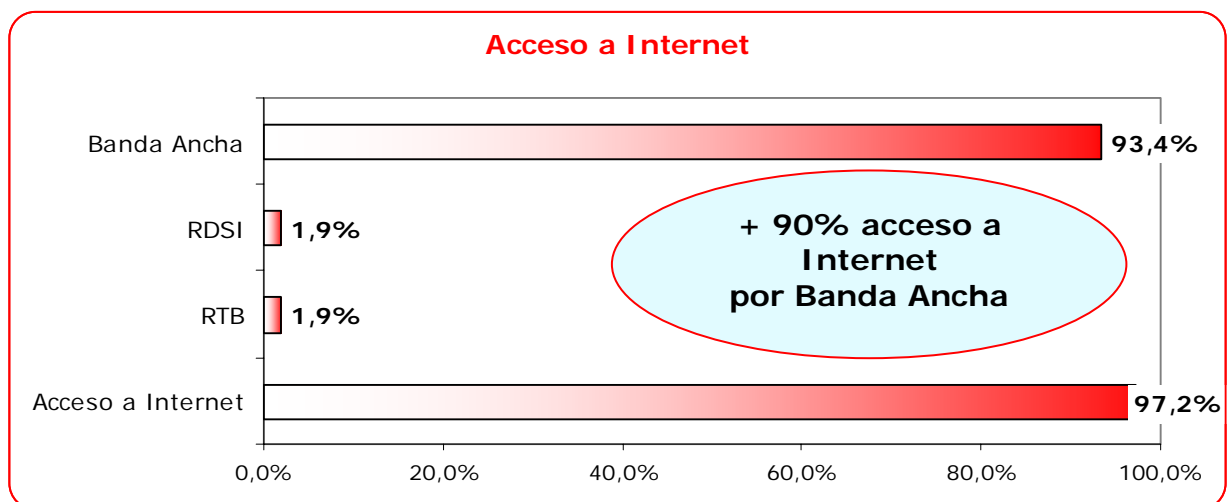
Barreras a la adopción de la tecnología

Independientemente a la implantación de distintas tecnologías de comunicaciones y sistemas informáticos, dentro del análisis realizado por quienes han participado en la encuesta de Diagnóstico de Red.es han señalado como **barreras a la incorporación de las tecnologías:**

- La falta de formación de sus empleados (50%).
- Los costes elevados de la tecnología (35%).
- Y, en tercer lugar se indica a la falta de ayudas para la financiación de las inversiones necesarias (15%).

3.2. Acceso a Internet

Gráfico 2. Acceso a Internet



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Acceso a Internet

Internet está plenamente implantada en el sector, ya que está disponible en el **97 %** de las empresas conserveras de pescado.

Tecnología de acceso

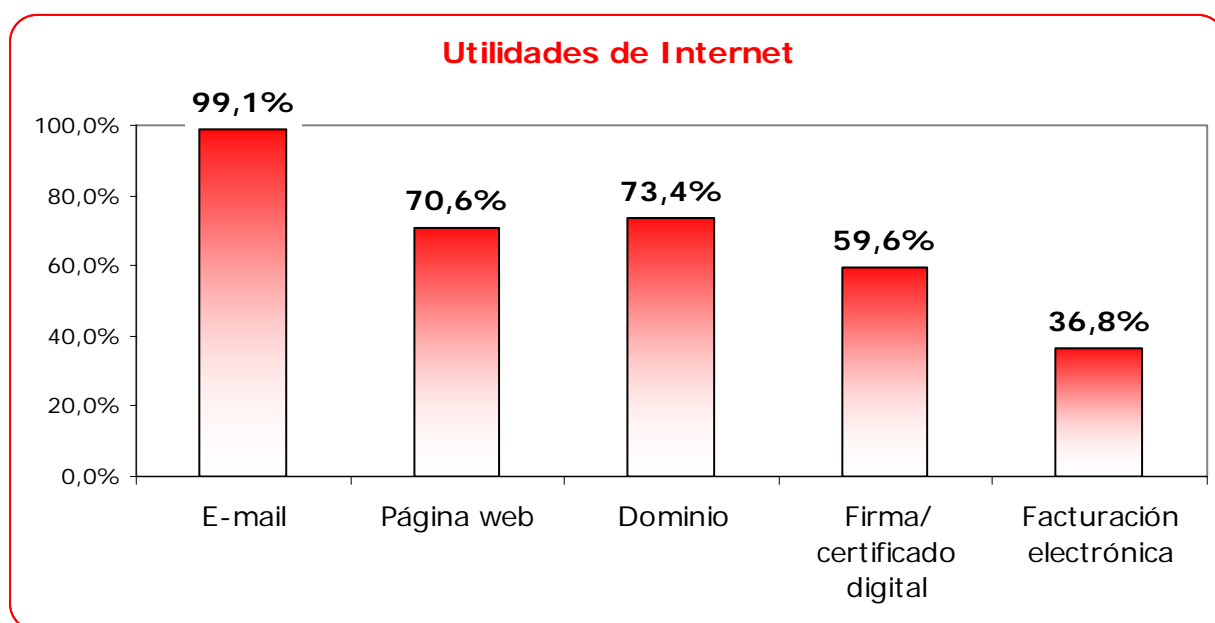
El dato más significativo relacionado con el acceso a Internet es el análisis de la tecnología de acceso:

Más del 90% de las empresas que disponen de acceso a Internet lo hacen a través de tecnologías de banda ancha (ADSL, Cable).

3.3. Usos y herramientas de Internet

3.3.1. Herramientas de Internet

Gráfico 3. Herramientas de Internet



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

E-mail

Si antes se ha destacado la disponibilidad de telefonía móvil empresarial como elemento de comunicación externa, aquí debemos tomar en consideración y valorar muy positivamente que **la práctica totalidad de las empresas disponen de correo electrónico**.

El correo electrónico puede acelerar determinados procesos de negocio, por ejemplo la gestión de compras o la relación con clientes ya que proporciona inmediatez y posibilita una mayor extensión de la comunicación en un único acto.

Disponibilidad de dominio

El 73,4 % de las empresas del sector disponen de dominio propio.

El peso de cada uno de las tipologías de dominios marca que, un 62% disponen de dominio ".com", un 31% disponen de dominio ".es", y el 12% restante disponen de otro tipo de dominio, como por ejemplo ".net".

Disponibilidad de página web

Como se observa en el gráfico anterior **el 70% de las empresas disponen además de página web**.

Preguntadas a las empresas encuestadas que no disponen de web, por la **intención de disponer de la misma** a corto o medio plazo, **un 13,8%** señalaron esta posibilidad.

3.3.2. Usos de Internet

Para el 89% de las empresas del sector conservero que disponen de acceso a Internet la **búsqueda de información es el principal uso de la Red.**

Tabla 3. Principales usos de Internet

Búsqueda de información	89 %
Gestiones bancarias	82 %
Relación con clientes y/o proveedores	74 %
Trámites con la Administración	70 %
Acciones de marketing	45 %
Análisis oportunidades de negocio	41 %
Análisis competencia	39 %
Formación	23 %
Búsqueda y contratación de personal	21 %
Transacciones relacionadas con el negocio	19 %

Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

De los datos contenidos en la tabla anterior también se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- Las **gestiones bancarias** se han convertido en un elemento impulsor importantísimo del uso de Internet. El uso de la banca electrónica está significativamente implantado entre las empresas, ya que más del 80% utilizan Internet para realizar sus operaciones bancarias.
- Internet se convierte en una **herramienta básica para la comunicación** con clientes o proveedores ya que el 74% la utiliza para estos fines.

Aquí hacemos hincapié a dos aspectos:

- Uno más positivo, como es el *grado de implantación de la página web* y su posible valor como herramienta de contacto empresarial tanto con proveedores como con clientes antes reseñado o el uso por la práctica totalidad de las empresas del correo electrónico.
- Otro menos positivo, que es el hecho que en el último lugar de la lista aparece la utilización de Internet para realizar operaciones o transacciones relacionadas con el negocio de la empresa. Este porcentaje del 19% tendrá su reflejo, como veremos más adelante, en el desarrollo del comercio electrónico en este sector.

- El tercer elemento destacable es el uso de Internet como **canal de comunicación con las Administraciones Públicas.**

El **70 %** de las empresas realizan **operaciones con la Administración**, lo que conlleva necesariamente la mejora de la implantación de la firma electrónica en sus organizaciones.

Así en el gráfico 3, se observa que el **59 %** de las empresas que disponen de acceso a Internet, disponen de **firma electrónica.**

Las distintas AAPP han ido incorporando a la red distintos servicios con el objetivo de facilitar la relación de los administrados (ciudadanos y empresas) con las entidades públicas y este hecho puede convertir esta relación a través de la Red, en un elemento impulsor de la adopción de tecnologías en las empresas y el uso de nuevos servicios desde Internet como la **facturación electrónica**.

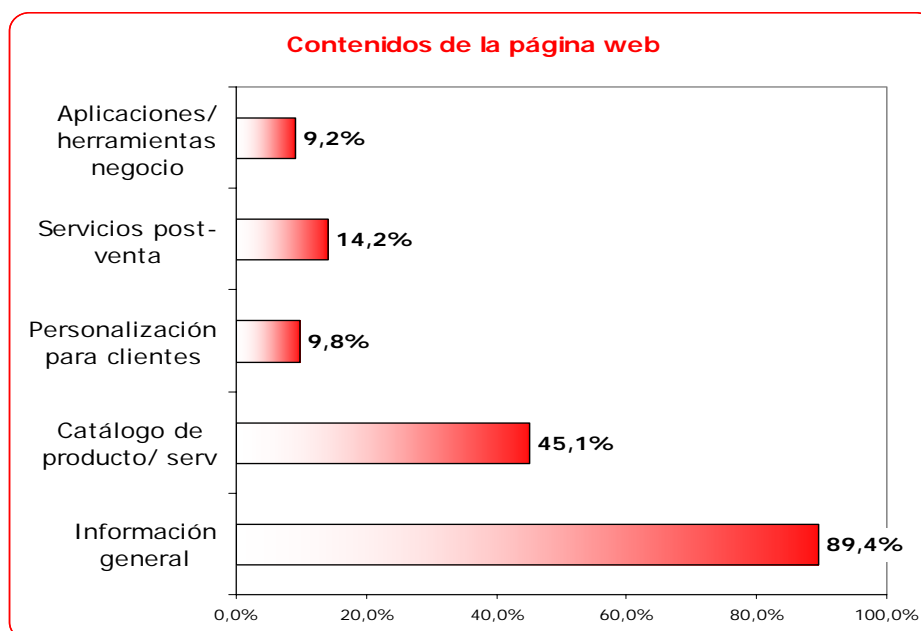
- Por último, también podemos señalar que el 23% de las empresas conserveras que acceden a Internet utilizan la red como vía para la **formación** propia y de sus empleados, y un 21 % la utilizan como vía para la gestión de sus **ofertas de empleo** y búsqueda de candidatos a los puestos de trabajo que desean cubrir en sus empresas.

3.3.3. La página web como herramienta para el negocio del sector conservero pesquero

Si se ha destacado la implantación de la web en el ámbito empresarial del sector conservero, será importante además analizar qué tipo de contenidos o servicios se incorporan a la página web.

En este caso tomamos en cuenta los datos extraídos de la encuesta de Uso de las TIC y comercio electrónico del INE:

Gráfico 4. Contenidos de la página web



Encuesta Uso TIC y Comercio electrónico en la empresa española. INE 2006. Empresas con página web.

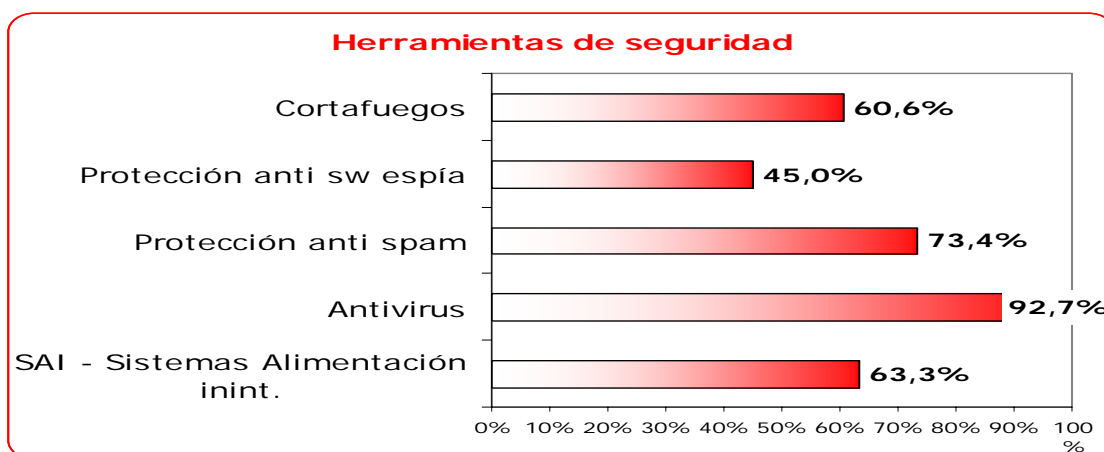
- Más del 90% de las empresas incluyen **información general** sobre la empresa.
- Algo más del 45% presentan un **catálogo de productos y servicios** y permiten localizar el establecimiento de la empresa.
- La página web permite interactuar con quienes acceden a la misma. Existen varias formas de posibilitar esta función, en este punto al revisar los ítems incluidos en el gráfico anterior podemos señalar que:

- Solamente un 10% de las empresas que disponen de página web permiten al cliente **personalizar** el acceso a la **página web** de la empresa.
- Un 14% tienen incluidos **servicios post-venta** dentro de los contenidos de su página web.
- Un último aspecto incluido en la Encuesta realizada por Red.es fue la realización de labores de **actualización sobre los contenidos** de la página.

El 29% de las empresas que disponen de página web la actualizan de manera frecuente, un **55% lo hacían de manera esporádica o puntual** (fundamentalmente cuando hay cambios en tarifas/precios o en el catálogo de productos) y un 16% declaró que no había actualizado nunca su página web después de su implantación inicial.

3.3.4. La implantación de dispositivos de seguridad informática en el sector conservero pesquero

Gráfico 5. Sistemas de seguridad



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Más del 90% de las empresas disponen de sistemas antivirus instalados en sus ordenadores. Un aspecto positivo adicional a este dato es la actualización del software de protección: el 78% de las empresas actualizan de forma automática su software a través del propio programa. Menos del 5% no han actualizado sus sistemas antivirus.

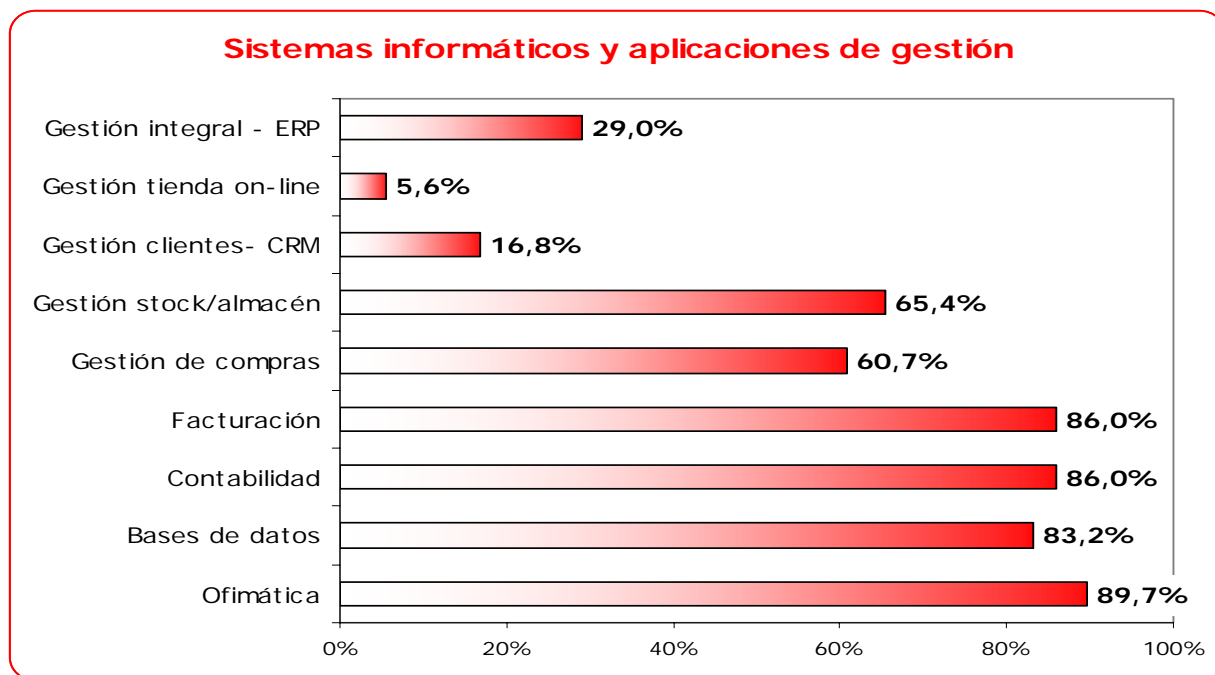
El software de protección antispam o correo no deseado y la protección anti software espía, está implantado en más del 73% de las empresas en el primer caso y solamente un 45% en el segundo.

En la actualidad este software tanto el antispam como el anti espía, normalmente se incorpora en el software antivirus suministrado por el proveedor del programa, como servicios de valor añadido a la protección informática tradicional.

4. USO DE APLICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN EN EL SECTOR CONSERVERO PESQUERO

4.1. Aplicaciones y herramientas tecnológicas

Gráfico 6. Aplicaciones y herramientas tecnológicas. Sistemas de gestión



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Las principales aplicaciones instaladas en los PC de las empresas del sector conservero, aparte de la lógica presencia de los programas de ofimática, son aquellas que les permiten disponer de la **base de datos de sus clientes** (83,2%) y aquellas que soportan la gestión económico administrativa, es decir la **contabilidad y la facturación**. Todas estas funciones superan el 80% de implantación en las empresas del sector.

Aquí destacamos el grado de presencia de la **facturación electrónica** entre las empresas conserveras.

Anteriormente se ha destacado que cerca del 60% disponen de firma digital, trasladada esta implantación a la **posibilidad de facturar electrónicamente, ésta se eleva a más del 36,8 % de las empresas**, -ver gráfico 3-, una cifra muy importante y significativa en el conjunto de la empresa española.

En un **segundo nivel están aquellas aplicaciones relacionadas con el suministro de materias primas y la gestión de sus almacenes**. Aproximadamente dos de cada tres empresas disponen de este tipo de sistemas que les permiten gestionar las compras con sus proveedores y controlar sus stocks e inventarios.

En este punto hay que tener en cuenta el **desarrollo TIC en relación a las comunicaciones y la gestión del mercado pesquero**.

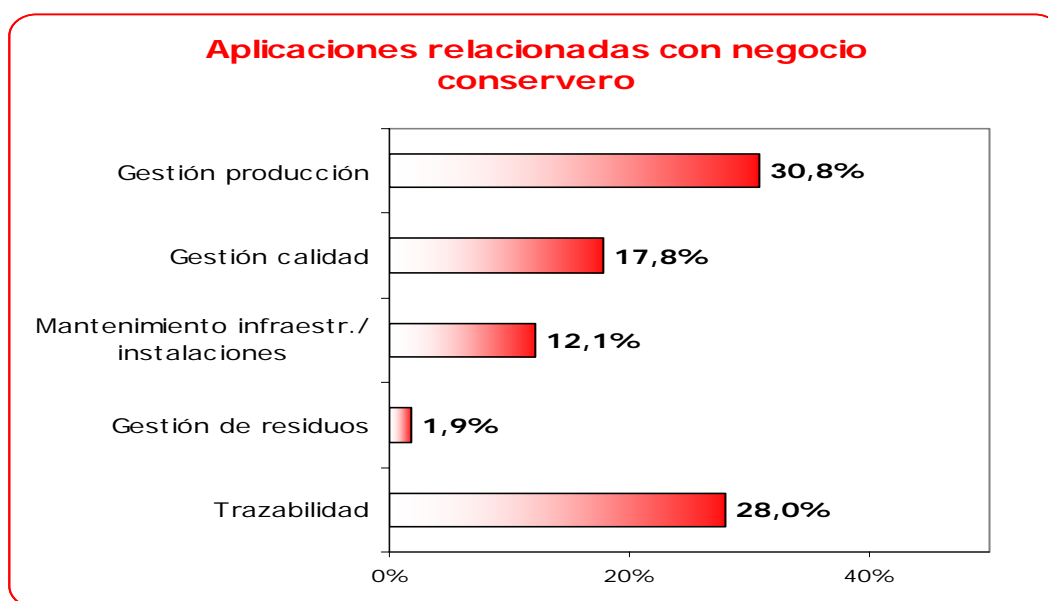
La cadena de valor del sector conservero pesquero se inicia en la provisión de pescados y demás frutos del mar por parte de las empresas pesqueras y la necesaria evolución en los sistemas de información, el desarrollo de nuevos modelos de negocio (subastas vía Internet) y los controles y el seguimiento que legalmente se establecen sobre el pescado capturado hasta su entrega a la empresa conservera.

Muchas de las aplicaciones tienen su objetivo en la mejora de los procesos de compra y gestión de los stocks de pescado en las zonas de captura (las lonjas o directamente en los barcos de pesca), lo que lleva en la actualidad a la venta del pescado capturado antes de su llegada a puerto, de ahí la importancia de este tipo de soluciones de comunicación y de gestión para el sector.

En el caso de la implantación de **sistemas de gestión integral** con clientes (CRM) o de la empresa general (ERPs) la implantación es menos importante. En el segundo caso queda rozando el 30% y en el caso de CRM llega hasta el 16% de las empresas solamente.

Dentro de la encuesta se incluyeron además cinco aplicaciones o sistemas más directamente relacionados con el negocio conservero, ya sean para gestionar su producción, la gestión de calidad, la gestión de residuos y el mantenimiento de las infraestructuras e instalaciones, para, en ambos casos, salvaguardar el óptimo tratamiento de los productos elaborados.

Gráfico 7. Aplicaciones relacionadas con el negocio conservero



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Como se puede observar en el gráfico anterior **la implantación de otros sistemas está mucho menos extendida en el sector.**

Lo más importante en este caso es la necesaria **adecuación de las empresas a las normas y los estándares de calidad de producto, producción y gestión de residuos** que en algunos casos tienen su aspecto normativo por la obligación de cumplir algunos preceptos legales como empresa alimenticia que genera productos para el consumo humano y que en su producción genera residuos que pueden resultar contaminantes y por lo tanto están sujetos a diversas normativas para su control.

Las empresas del sector no invierten lo suficiente en tecnologías que les ayudarían a mejorar y completar sus necesidades en estas materias.

- Por debajo del 30% estarían las **aplicaciones relacionadas con la trazabilidad** de los productos y los sistemas que les permiten gestionar de manera automatizada diversos **procesos de su producción**.
- Por debajo del 20%, está la implantación de **sistemas de calidad y los sistemas de gestión del mantenimiento de infraestructuras y de instalaciones**, aunque en este caso, se ha obtenido de la encuesta que si se tienen instalados sistemas de gestión de seguridad y videovigilancia en casi el 70% de las empresas encuestadas.
- Con una implantación *inferior al 2%* están los sistemas que controlen la necesaria **gestión de los residuos** generados por la empresa.

4.2. Implantación futura de otras soluciones tecnológicas

Por último se preguntó además por la posible incorporación de nuevas soluciones tecnológicas en la empresa.

Tabla 4. Nuevas soluciones tecnológicas

Gestión producción	24,8%
Gestión administrativa	17,4%
Página Web promocional	16,5%
Página Web comercio electrónico	15,6%
Gestión integral/parcial negocio	11,1%
Bases de datos clientes	11%

Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

- De entre las aplicaciones propuestas aquellas que ayuden a la **gestión de la producción** conservera sería la mejora posicionada para su incorporación en el futuro (24,8%).
- En segundo lugar estarían las aplicaciones que optimizaran la **gestión administrativa** de la empresa (17,4%)
- La solución de futuro de implantación de una página **web promocional** o el hecho de convertir esa web en una **tienda on-line** (como un nuevo canal de venta a través de comercio electrónico) tiene un significación menor, **solamente un 16%** desarrollaría una página web y de facto, una tienda a través de la red.
- Como hemos visto con anterioridad la implantación de Bases de datos de clientes está ya generalizada, con una penetración superior al 80%. Por ello se sitúa en los últimos lugares de implantación futura.
- En esos últimos lugares se encuentra además la **gestión integral del negocio**. Si hemos visto que la implantación de sistemas CRM o ERP es pequeña, la intención futura de incorporarlos a las empresas tampoco es muy llamativa, ya que solamente el 11% de las empresas conserveras lo harían.

5. NEGOCIO ELECTRÓNICO Y SECTOR CONSERVERO

5.1. Uso de la red como canal para el negocio minorista

5.1.1. Compras

Según los datos de la encuesta el **27,5 % de las empresas del sector conservero realizan compras a través de Internet.**

Esta cifra se situaría 10 puntos por encima de la media a nivel nacional según los datos extraídos de la encuesta del INE del año 2005 sobre el Uso de TIC y el Comercio electrónico en la empresa española.

5.1.2. Ventas a través de Internet

Según los datos de la encuesta solamente el 12 % venden a través de este canal,

Este porcentaje se sitúa ligeramente por encima a la media nacional que se sitúa en el 9% de las empresas de nuestro país. Estos datos confirman que **este sector tiene grandes posibilidades y un largo camino por recorrer para el desarrollo del comercio electrónico.**

Para tratar de corroborar esta conclusión, tomamos en cuenta el tipo de clientes y el mercado geográfico al que destinan sus ventas, según los datos extraídos de la encuesta del INE, sobre Uso de TIC y comercio electrónico del presente año.

El INE indica que las empresas de más de 10 empleados de los sectores CNAE del 15-21 (dónde se encuentra el sector conservero) tienen como estructura de mercado la siguiente:

Tabla 5. Distribución ventas por Internet por cliente y destino

DISTRIBUCION VENTAS POR CLIENTE	
• B2B	97,79%
• B2C	2,2%
• B2A	0,01%
DISTRIBUCION VENTAS POR DESTINO	
• Mercado nacional	94,87%
• Europa	4,08%
• Otros países	1,05%

Encuesta Uso TIC y Comercio electrónico en la empresa española. INE 2006. Empresas que venden por Internet

El mercado al que se dirige la producción de estas empresas tiene como destino otras empresas correspondientes de forma mayoritaria al comercio ya sea gran distribución, el comercio mayorista o el comercio minorista. Por tanto su relación de negocio y la posible extensión futura del mismo vendrá dada por la búsqueda de nuevos clientes en esos sectores.

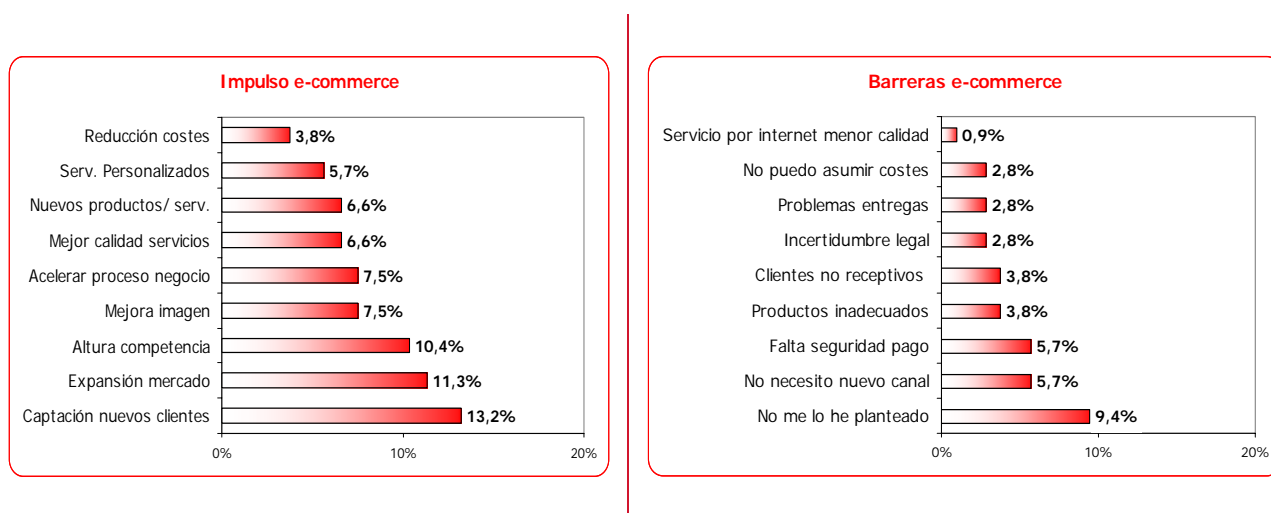
La importancia del comercio electrónico B2B para el sector puede llegar a ser en el futuro básica por el tipo de clientes y la relación entre el canal de ventas y la propia empresa. El sostenimiento del negocio estaría directamente relacionado en la capacidad de ofrecer productos de calidad y una mejora de servicios de valor añadido a su canal de ventas.

Por ello, la mejora y la optimización del uso de los recursos de que dispone, entre los que podemos incluir, las comunicaciones y las posibilidades que las tecnologías de la información les oferta, pueden convertirse en los elementos que generen la ventaja competitiva de la empresa ante otras empresas del sector que ofrezcan productos similares al generado por ella y permitan por tanto mantener, fidelizar e incrementar esa lista de clientes.

5.2. Palancas de impulso y barreras al desarrollo del comercio electrónico en el sector conservero

Como consideración final a lo señalado en el punto anterior incluimos los elementos que para las empresas que venden por Internet o no lo hacen, se convierten en barreras o palancas de impulso del comercio electrónico.

Gráfico 8. Palancas de impulso y barreras al negocio electrónico



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

A la vista de estos datos podemos destacar:

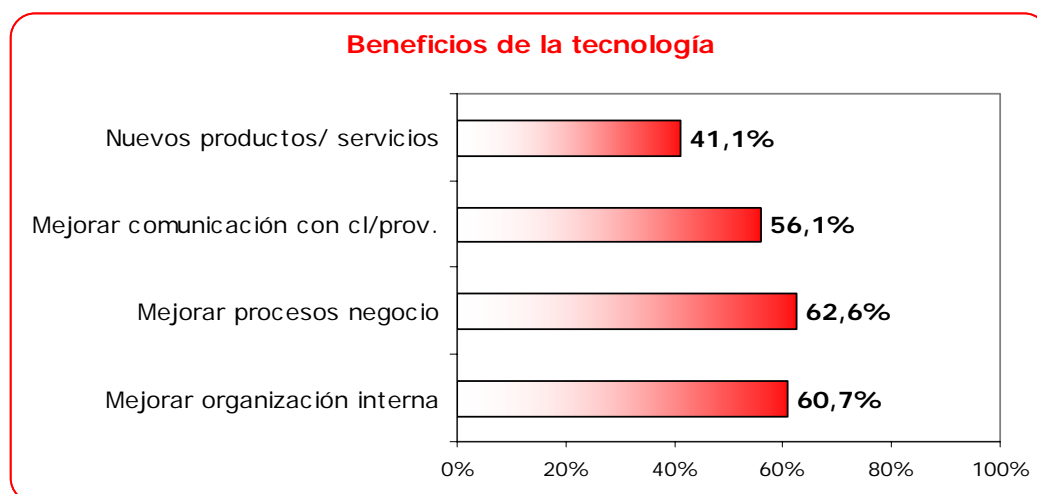
- El desarrollo del comercio electrónico favorece la **captación de nuevos clientes** (13,2%), ayuda a la **expansión del mercado** (11,3%) y les permite **estar a la altura de la competencia** (10,4%).
- Permite mejorar las prestaciones de su negocio, ya que por un lado acelera y mejora el uso de los recursos (7,5%) y también puede ayudar a expandir su mercado por el hecho de mejorar la imagen de la empresa (7,5%).
- En sentido contrario, las principales razones para no desarrollarlo pasan por la **falta de utilidad** para aquellos que no venden a través de Internet ya que o no se lo han planteado (9,4%) o consideran que no es necesario Internet como un nuevo canal de venta para su negocio (5,7%). El tercer aspecto reseñado es la creencia de la existencia de una falta de seguridad en el medio.

6. EL FUTURO DE LAS TECNOLOGÍAS Y SU USO POR EL SECTOR CONSERVERO PESQUERO

El último de los aspectos evaluados en la encuesta se ha centrado en la valoración cualitativa de las tecnologías, agentes y elementos que pudieran influir de manera positiva para el futuro de las TIC en el sector conservero.

6.1. Valoración de las tecnologías

Gráfico 9. Valoración de las tecnologías: beneficios de su implantación



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Se les ha preguntado a las empresas del sector sobre qué aspectos de su negocio el impacto de las tecnologías pudiera ser mucho más beneficioso o efectivo:

- **Sus procesos de negocio y la organización de su empresa** son los aspectos que mejorarían con la implantación de nuevas tecnologías (en ambos casos la valoración positiva supone más del 60% de las empresas).
- En **menor medida** se marca el hecho de que las TIC ayuden a sus **relaciones con clientes o proveedores o se puedan incorporar nuevos productos o servicios**, aunque en este último caso podríamos concluir que la propia naturaleza de los productos comercializados por las empresas conserveras no lleva necesariamente a la propuesta de nuevos productos si no, en principio, la mejora de los servicios que puedan prestarse utilizando como soporte las tecnologías de la información.

6.2. El futuro de las TIC en el sector conservero

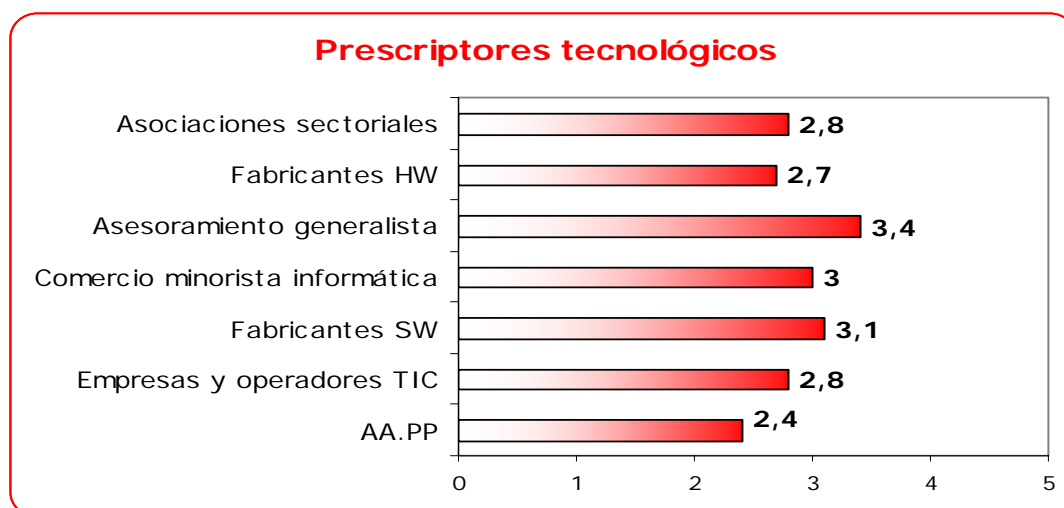
6.2.1. Agentes prescriptores de las TIC para el sector. El papel de la Administración como impulsor de las TIC.

Confianza en prescriptores TIC

El primer aspecto evaluado consiste en la valoración de los distintos agentes que pueden intervenir en su negocio y que podrían ser considerados como prescriptores tecnológicos así como la **confianza que las empresas depositarían entre esos agentes**.

Se ha diferenciado entre operadores de telecomunicaciones, fabricantes de software o hardware y el comercio minorista de informática, el papel de los asesores generalistas de la empresa (gestores contables, fiscales, etc), las acciones desarrolladas desde las Administraciones Públicas y la posible influencia de las asociaciones sectoriales.

Gráfico 10. Grado de confianza como prescriptores TIC



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

La evaluación se ha realizado sobre una escala de 1 a 5, (5 mayor confianza, 1 menor confianza). De los resultados, llegamos a las siguientes conclusiones:

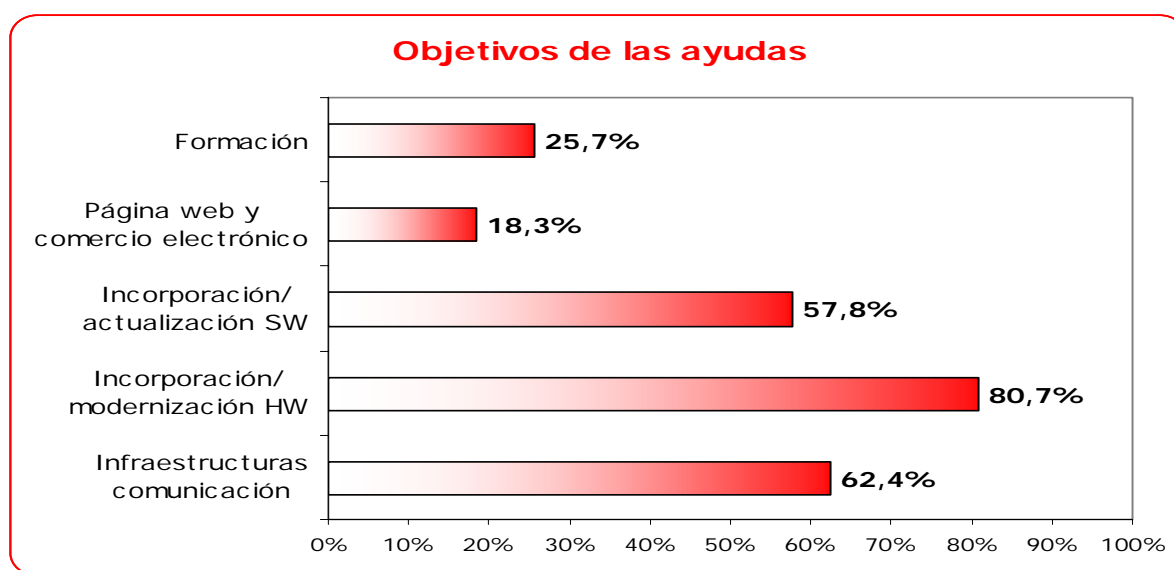
- La evaluación general situaría a todos los agentes, salvo las AA.PP. por encima del 2,5 sobre 5, lo que podríamos calificar como aprobado.
- Los **asesores generalistas (3,4) son los mejor valorados como prescriptores TIC**: aquellos con los que la empresa tienen una relación más directa son los que les ofrecen una mayor confianza como prescriptores TIC.
- Los **fabricantes de software y el comercio minorista informático** estarían en un segundo nivel de confianza.
- Por debajo de una valoración de 3 puntos, se situarían las **asociaciones sectoriales, los fabricantes de hardware, los operadores de telecomunicaciones**.

Ayudas y subvenciones

Una forma de hacer atractivas las ayudas y subvenciones es que los programas que se pongan en marcha desde las distintas administraciones tengan unos objetivos válidos y adecuados a la demanda tecnológica que se genere desde el sector.

Un primer paso será, por tanto, conocer cuales deberían ser los objetivos que deberían cumplir esas ayudas. Según los datos de la encuesta obtenemos que:

Gráfico 11. Objetivos que deben cumplir las ayudas de la Administración



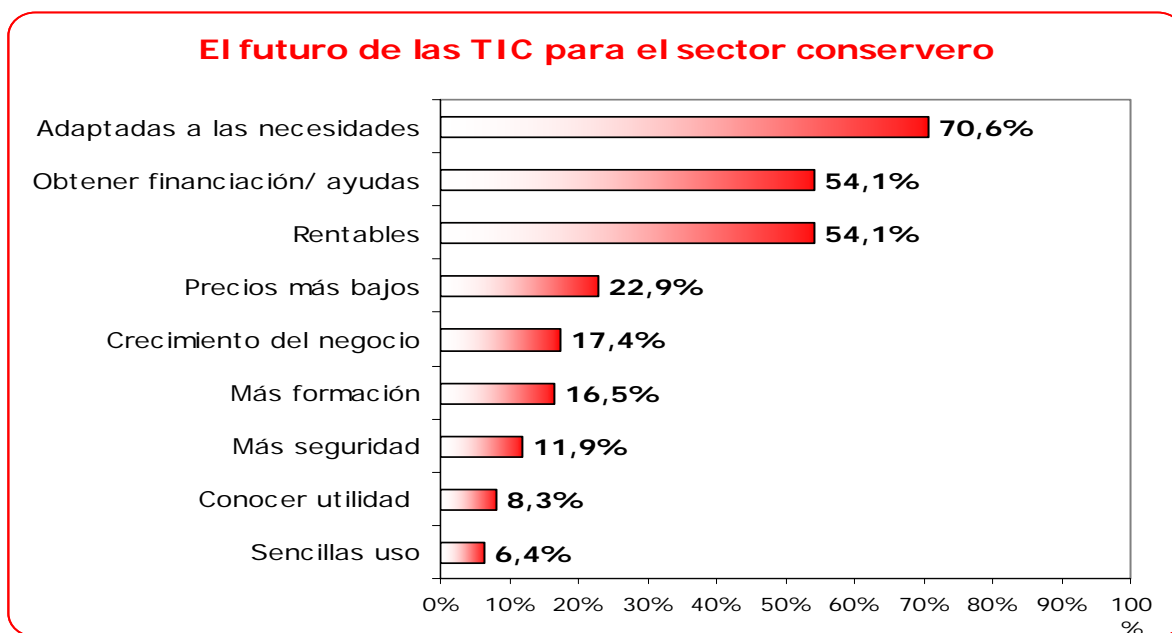
Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

- Lo más demandado sería la **incorporación y/o actualización de la infraestructura tecnológica de la empresa** (hardware): más del 60% demandan este tipo de ayudas.
- La financiación de las infraestructuras de comunicaciones (ej. **acceso a Internet**) sería la ayuda demandada en segundo lugar, por más de un 62% de las empresas.
- **La incorporación o actualización de software** sería demandado por aproximadamente un 60% de las empresas
- En los últimos lugares estarían las ayudas destinadas a la **formación** y a la creación de **páginas web** o la configuración de una **tienda virtual** para el desarrollo del comercio electrónico.

6.2.2. ¿Qué pide el sector conservero al desarrollo futuro de las TIC?

La última pregunta de la encuesta tiene que ver con la percepción del futuro del uso de las TIC en el sector conservero pesquero. ¿Qué tipo de desarrollos o qué objetivos deben cumplir las herramientas tecnológicas y en general las TIC para que tengan una mayor aceptación, y por lo tanto, implantación dentro del sector?

Gráfico 12. El futuro de las TIC para el sector conservero



Encuesta diagnóstico Sector Conservas de pescado Red.es. Total empresas

Como se puede observar de las respuestas, los aspectos más importantes están relacionados con la adecuación de las TIC a la empresa, y el peso de la cuantía de la inversión a efectuar:

- Que las soluciones, aplicaciones y herramientas **se adapten a las necesidades** de la empresa ha sido señalado por el 70% de las mismas.
- En segundo lugar, y relacionada con la anterior, señalan que las soluciones a implantar sean **rentables (54%)**
- Y al mismo nivel, se situaría la posibilidad de **obtener ayudas o financiación**.

En estos tres aspectos, adaptabilidad, rentabilidad y la obtención de financiación se resume las principales demandas a las tecnologías en el futuro.

A partir de ahí, el precio de la solución (22,9%), el propio crecimiento del negocio o la obtención de una mayor formación en TIC (16,5%) serían los siguientes elementos a considerar.

Como ya se señaló con anterioridad la obtención de ayudas o subvenciones que financien las inversiones en TIC pueden convertirse en muchos casos en un elemento que ayude o de soporte a la empresa en sus decisiones de inversión tecnológica.

7. CONCLUSIONES

La implantación de las nuevas tecnologías en el sector de conservas de pescado está muy extendido. La incorporación del PC y el acceso y uso de Internet está plenamente alcanzada por las empresas del sector.

Los niveles superiores al 90% en los indicadores que analizan la infraestructura TIC sitúan al sector conservero pesquero en niveles similares a otros sectores en los que las tecnologías son parte directa de su actividad.

Pero, como pasa en otros sectores, **no es lo mismo el acceso a las tecnologías de la información como el grado de utilización de las mismas.**

Por un lado está la automatización de procesos de las empresas y la incorporación por tanto de herramientas y soluciones tecnológicas que permitan mejorar la forma de desarrollar sus actividades de negocio.

Aún cuando en el sector conservero pesquero hay utilidades perfectamente implantadas como es el caso de las funcionalidades relacionadas con la gestión económico-financiera de la empresa, como es la facturación, la contabilidad o las bases de datos de clientes, el ir más allá y mejorar otros aspectos de su negocio a partir de las tecnologías está mucho más alejado de lo que debería alcanzarse ahora y en el futuro.

En este punto podemos destacar como un dato muy positivo el hecho de que más del 35% de las empresas hayan declarado que realizan facturación electrónica.

Sin embargo, la implantación de aplicaciones de negocio, la utilización de sistemas integrales que gestionen todos los aspectos de la empresa (ERP) o la relación con sus clientes (CRM), o en otro ámbito, la implantación de aplicaciones que gestionen de manera más efectiva diversos procesos de su negocio (producción, gestión de residuos, trazabilidad, etc.) está muy poco desarrollada y, lo que también aparece es que, **hacia el futuro, no es el tipo de aplicaciones que más interesen al sector,** aunque desde nuestro punto de vista se convertirán en elementos que **mejorarán la posición competitiva de la empresa en su sector.**

Uno de los aspectos que confirman esta afirmación es que aceptando la demanda por parte del sector de ayudas para la financiación de sus inversiones en TIC éstas se dirijan de manera principal a la compra de nuevos equipamientos informáticos y no el desarrollo de nuevas aplicaciones a la implantación de nuevas soluciones en sus empresas.

Esta forma de ver las tecnologías tiene su reflejo adicional en el grado de implantación del comercio electrónico.

Si como hemos señalado el cliente básico de estas empresas serán otras empresas que distribuyen sus productos (mayoristas, distribución y comercio minorista), la mejora de su posición ante este mercado pasa necesariamente por dos aspectos:

- La calidad de sus productos
- Ofrecer servicios de valor añadido a sus clientes

En ambos casos, **las tecnologías, el disponer de una página web y la posibilidad de realizar operaciones de comercio electrónico ayudarán a la empresa a mejorar su posición en el mercado,** poder extenderse a otros mercados fuera de su ámbito geográfico incluso internacional y facilitar así su crecimiento.

Hasta este momento el comercio electrónico no ha calado de manera importante en el sector, **aunque los datos obtenidos lo sitúen por encima de la media a nivel nacional,** por lo tanto hay que seguir impulsando y apoyando este tipo de iniciativas, el camino ya está abierto por algunas de ellas y muchas de las que no lo hacen deben tomar

en consideración que una parte del futuro de su negocio podría depender de la venta por Internet como canal básico de su actividad comercial.

Como hemos visto las empresas conserveras **dan mucho valor a la utilidad y adaptabilidad de las tecnologías a su negocio**, y a partir de ahí, buscan su rentabilidad y habiendo obtenido un precio asequible, puedan acceder a ayudas o subvenciones que financien esa inversión.

Con el objetivo de favorecer la inclusión de la empresa en la Sociedad de la Información ayudando a la financiación de las inversiones en este ámbito, las distintas Administraciones han puesto en marcha programas para este fin.

En el ámbito de estos programas el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Dirección para la Sociedad de la Información ha puesto en marcha el **Plan Avanza**⁴ que incorpora la línea **Pyme Digital** que propone y desarrolla diversas medidas para ayudar a la incorporación de las TIC en las empresas.

Las políticas y medidas propuestas abarcan desde la ejecución de iniciativas de divulgación de la sociedad de la información en el ámbito empresarial hasta el apoyo a la financiación de la inversión en TIC, ya sea a través de la subvención de proyectos tecnológicos, la financiación de la formación TIC o la puesta en marcha de iniciativas de préstamo tecnológico a coste cero.

Las ayudas que hasta este momento y próximamente estarán en vigor por parte de las AAPP pueden consultarse en una de las herramientas puestas en marcha por el Ministerio dentro de la propia ejecución del Plan Avanza: el **portal de ayudas** para las empresas relacionadas con las tecnologías y la innovación **Ayud@tec, accesible en la dirección:**

<http://www.mityc.es/PortalAyudas/Servicios/ConvocatoriasAyudasPublicasMITYC2006/>

Todas estas iniciativas están encaminadas a favorecer el conocimiento, el desarrollo y la implantación de soluciones tecnológicas dentro de la empresa española.

⁴ www.planavanza.es

8. ANEXOS

8.1. Relación de gráficos y tablas

Gráfico 1. Infraestructura TIC.....	6
Gráfico 2. Acceso a Internet.....	7
Gráfico 3. Herramientas de Internet.....	8
Gráfico 4. Contenidos de la página web.....	10
Gráfico 5. Sistemas de seguridad.....	11
Gráfico 6. Aplicaciones y herramientas tecnológicas. Sistemas de gestión.....	12
Gráfico 7. Aplicaciones relacionadas con el negocio conservero.....	13
Gráfico 8. Palancas de impulso y barreras al negocio electrónico.....	16
Gráfico 9. Valoración de las tecnologías: beneficios de su implantación.....	17
Gráfico 10. Grado de confianza como prescriptores TIC.....	18
Gráfico 11. Objetivos que deben cumplir las ayudas de la Administración.....	19
Gráfico 12. El futuro de las TIC para el sector conservero.....	20

Tabla 1. Volumen de negocio y personas ocupadas año 2003.....	4
Tabla 2. Actividad innovadora sector Agroalimentario Año 2004.....	5
Tabla 3. Principales usos de Internet.....	9
Tabla 4. Nuevas soluciones tecnológicas.....	14
Tabla 5. Distribución ventas por Internet por cliente y destino.....	15

8.2. Bibliografía y fuentes

- “Encuesta TIC y Comercio electrónico en la empresa española”. INE. 2006. www.ine.es
- “Directorio Central de Empresas.DIRCE”. INE. 2006. www.ine.es
- “Anuario estadístico Agroalimentario”.MAPA. 2004.
- “Encuesta de I+D e Innovación”. INE. 2004.

8.3. Cuestionario de la Encuesta

Identificación de la empresa

- Tamaño de la empresa
- Comunidad autónoma
- Número de sedes/ establecimientos

Infraestructura informática y de telecomunicaciones

1. ¿De qué equipamiento dispone en su industria?
 - Ordenador personal.
 - Ordenador portátil.
 - Servidor.
 - Lector código de barras.
 - Red inalámbrica (red wifi).
 - Sistema para copias de seguridad (memoria usb, disco portátil, grabador CD/DVD, ...)
 - PDA / Dispositivos móviles.
2. ¿Qué sistemas de comunicación tiene contratados, instalados en su empresa?
 - Teléfono fijo.
 - Telefonía móvil empresarial.
 - Centralita telefónica.
 - Conexión vía satélite.
 - Sistemas domóticos (alarma, control de accesos, sistemas de emergencia, control de instalaciones, video-vigilancia, sistemas rfid, etc.).

Si no dispone de equipos informáticos pase a la siguiente sección de Internet.

3. ¿Cuál es la antigüedad de los equipos informáticos de su empresa?
 - Inferior a 1 año.
 - De 1 a 3 años.
 - De 3 a 5 años.
 - Superior a 5 años.
4. En caso de disponer de más de un ordenador, ¿están unidos en una red para compartir archivos, impresoras, datos,...?
 - Si
 - No
5. Para el mantenimiento y actualización de su equipamiento y software informático, ¿Tiene un proveedor habitual?
 - No, contrato puntualmente, según surgen las necesidades.
 - No, dispongo de personal propio cualificado.
 - Si, tengo contratado a un proveedor para servicios generales de mantenimiento.

Internet

6. ¿Dispone de conexión a Internet?
 - Si
 - No
7. Si la respuesta es SI, señale el tipo de tecnología de acceso a Internet que utiliza en su empresa.
 - Red telefónica básica
 - RDSI
 - ADSL
 - Cable
 - Otras

Si dispone de conexión a Internet en su empresa pase a la pregunta 9.

8. ¿Cuáles son las razones para no disponer de conexión a Internet?

- No hay cobertura.
- No es necesaria en mi caso.
- No resulta asequible económicamente.
- Desconozco los beneficios de tener conexión a Internet en mi comercio.
- No me lo he planteado.

9. ¿Para qué utiliza Internet?

- Búsqueda de información.
- Gestiones bancarias.
- Trámites con la administración (liquidación de impuestos, altas/bajas trabajadores,...).
- Transacciones relacionadas con el negocio (ej. subastas on-line).
- Relación con clientes / proveedores.
- Acciones de marketing.
- Búsqueda y contratación de personal.
- Formación a través del ordenador.
- Oportunidades de negocio.
- Análisis de competencia.

10. ¿Emplea el correo electrónico habitualmente?

- No lo utiliza/ No dispongo de correo electrónico.
- Esporádicamente.
- Con frecuencia.
- Uso generalizado.

11. Su empresa, ¿Dispone de página web?

- Si
- No

Si su empresa **posee** página web pase a la **pregunta 14**

12. Si no dispone de página web, ¿por qué razón no dispone de esta herramienta?

- Coste implantación y mantenimiento.
- No le veo utilidad.
- Desconozco su utilidad para mi empresa.
- No me lo he planteado

13. ¿Tiene intención de realizarla?

- No tengo intención.
- En el próximo año.
- Sin fecha prevista aún.
- No me lo he planteado.

Si su comercio **no posee** página web pase a la siguiente sección **Soluciones Implantadas**

14. ¿Quién ha realizado su página web?

- Personal propio.
- Un proveedor externo.

15. Con qué frecuencia actualiza los contenidos de su sitio web?

- No ha sido actualizada nunca.
- Han sido modificados puntualmente algunos contenidos (ej. sólo cuando hay cambios de tarifas o para altas/ bajas de productos).
- Lo actualizo de manera frecuente.

16. ¿Dispone de un dominio registrado en Internet?

- Si
- No

Si la respuesta es SI, seleccione el/ los correctos:

- Dominio .es
- Dominio .com
- Otros

17. ¿Revisa periódicamente las estadísticas de visitas recibidas a su página web?

- Si
- No

Soluciones implantadas

Si su comercio no dispone de ordenador pase a la pregunta 24.

18. ¿Qué programas informáticos tiene instalados en los ordenadores de su empresa?

- Procesador de textos, hoja de cálculo, ... ofimática en general.
- Bases de datos.
- Contabilidad.
- Facturación.
- Gestión de compras.
- Gestión de stock/almacén.
- Gestión y relación con clientes CRM.
- Gestión de tienda on-line.
- Gestión integral ERP.

Soluciones para procesos de negocio propios:

- Trazabilidad
- Gestión de residuos
- Mantenimiento de infraestructuras/ instalaciones
- Gestión de calidad
- Gestión producción
- Otras

19. ¿Qué sistemas/medidas de seguridad informática ha instalado para los ordenadores de su empresa?

- SAI - Sistema de Alimentación Ininterrumpida.
- Antivirus.
- Protección frente a correo no deseado (Anti-spam).
- Protección frente a software espía (Anti-spyware).
- Cortafuegos (software/hardware).

20. Si dispone de antivirus en sus ordenadores ¿Lo actualiza con frecuencia?

- Nunca lo hago.
- Al menos una vez a la semana.
- Al menos una vez al mes.
- Al menos una vez al año.

21. ¿Ha sufrido algún tipo de ataque informático?

- Virus.
- Intento de fraude bancario.
- Acceso no autorizado.
- NS / NC.

22. ¿Con qué frecuencia realiza copias de seguridad de la información de los ordenadores de su empresa?

- Nunca lo hago.
- Al menos una vez a la semana.
- Al menos una vez al mes.
- Al menos una vez al año.

23. ¿Emplea o piensa emplear alguna de las siguientes tecnologías?

- Red inalámbrica wi-fi.
- Firma/certificado digital.
- Facturación electrónica.

24. ¿Qué soluciones de las siguientes implantaría en su empresa?

- Página Web promocional.
- Página Web con ventas (comercio electrónico).
- Base de datos de clientes.
- Sistemas informáticos de gestión administrativa.

- Sistemas y aplicaciones asociadas a los procesos de producción de la empresa.
- Gestión parcial/ integral de la actividad comercial de la empresa con programas informáticos.

Comercio electrónico

25. ¿Compra a través de Internet a sus proveedores?

- Sí
- No

Si su empresa no posee página web, para a la siguiente sección Actitud ante las TIC.

26. ¿Vende a través de su página web?

- Sí
- No

En el caso de no vender a través de la web de su empresa pase a la pregunta 32

27. ¿Qué formas de pago tienen a su disposición sus clientes?

- Tarjeta de crédito.
- Contra reembolso.
- Transferencia bancaria.
- Domiciliación bancaria.
- A través de móvil.

28. Indique porqué cree que es importante para su empresa vender a través de Internet

- Mejora de la imagen.
- Captación de nuevos clientes.
- Mantenerse a la altura de los competidores.
- Aceleración del proceso de negocio.
- Expansión geográfica del mercado.
- Mejora de la calidad de los servicios.
- Reducción de los costes de negocio.
- Oferta de un servicio personalizado al cliente.
- Lanzamiento de nuevos productos/servicios.

29. ¿Ha realizado alguna campaña o acción publicitaria de su empresa a través de Internet u otros medios como mensajería SMS?

- Sí
- No

En caso de **vender** a través de Internet pase a la siguiente sección **Actitud ante las TIC**

30. Si no vende a través de Internet indique sus razones

- Mi empresa no necesita un nuevo canal de ventas.
- No me lo he planteado.
- Mis productos no son adecuados para su venta a través de Internet.
- Falta seguridad en las formas de pago.
- Los clientes no son receptivos a la compra por Internet.
- El servicio prestado a través de Internet es de peor calidad.
- Existe incertidumbre respecto al marco legal de las ventas por Internet.
- Existen problemas en los procesos de entrega.
- No puedo asumir los costes de poner en marcha la venta a través de Internet.

Actitud ante las TIC

En caso de **disponer** de equipamiento informático en su empresa pase a la **pregunta 34**

31. ¿Cuáles son las barreras encontradas para no instalar equipos informáticos en su empresa?

- Costes elevados.
- Falta de ayudas y subvenciones.
- Dificultad en la adaptación y uso.
- Falta de confianza e inseguridad.
- Formación insuficiente de los empleados.
- Desconocimiento de los beneficios.

En caso de **no disponer** de equipamiento informático en su empresa pase a la **pregunta 38**

32. ¿Cuáles son los objetivos que persigue con el uso de las tecnologías en su empresa?

- Mejorar la organización interna.
- Mejorar mis procesos de negocio (compras, gestión de stocks, ventas , facturación...)
- Mejorar la comunicación con clientes y/o proveedores.
- Ofrecer nuevos productos y servicios a los clientes.

33. ¿Qué valoración realiza de las ayudas existentes actualmente para la incorporación de tecnologías en su comercio? Nula/ Baja/ Media/ Alta/ No aplica

34. ¿Qué tipo de mejoras tecnológicas cree que deberían ser apoyadas prioritariamente a través de subvenciones? Selección hasta 3

- Infraestructuras de comunicación.
- Incorporación / Modernización del equipamiento informático de la empresa.
- Incorporación / actualización de software para la gestión de la producción conservera.
- Página Web y Comercio electrónico.
- Formación TIC para los trabajadores.

35. ¿Cuál es su grado de confianza en los siguientes agentes como asesores tecnológicos para su comercio? Nula/ Baja/ Media/ Alta/ No aplica

- La administración pública.
- Las empresas y operadoras de telecomunicaciones.
- Los fabricantes de programas/aplicaciones informáticas.
- El comercio minorista de informática.
- Los servicios de asesoramiento externo contratados por la empresa (laboral, fiscal, legal, ...).
- Los fabricantes de equipamiento informático.
- Las Cámaras de Comercio y asociaciones empresariales del sector.

36. ¿Qué cree que debería cambiar para que su empresa adoptara las nuevas tecnologías? Selección de las 3 más importantes.

- Precios más bajos.
- Que fueran claramente rentables.
- Que me dieran financiación o ayudas para su compra.
- Que se adapten a las necesidades de mi negocio.
- Que fueran más sencillas de utilizar.
- Que me dieran formación.
- Que conociera la utilidad de las tecnologías.
- Que la empresa crezca / tenga más clientes.
- Que fueran más seguras



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es
observatorio

Entidad Pública Empresarial Red.es

Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información
Pza. Manuel Gómez Moreno S/N. Edificio Bronce
28020 Madrid



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO

red.es

