

**Estadísticas sobre el uso de
las tecnologías de la información y las comunicaciones
en las empresas en Andalucía.**

Año 2003

Informe resumen, comparativo con el año 2002



Instituto de Estadística de Andalucía
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

Junio de 2.005



Índice	<u>Página</u>
1. Situación respecto al uso de TIC en las empresas Españolas.	4
2. Principales Indicadores en Andalucía. Evolución 2002-2003	8
2.1. Situación por sector de actividad.	8
2.2. Situación por tamaño de la empresa	10
3. Uso de las TIC en Andalucía por sector de actividad. Evolución 2002-2003	12



El presente estudio muestra la situación de la incorporación de las nuevas tecnologías en las empresas andaluzas en el año 2003 y su evolución respecto al 2002. El análisis se desglosa tanto por sectores de actividad como por el tamaño de las empresas, medido en función del número de empleados.

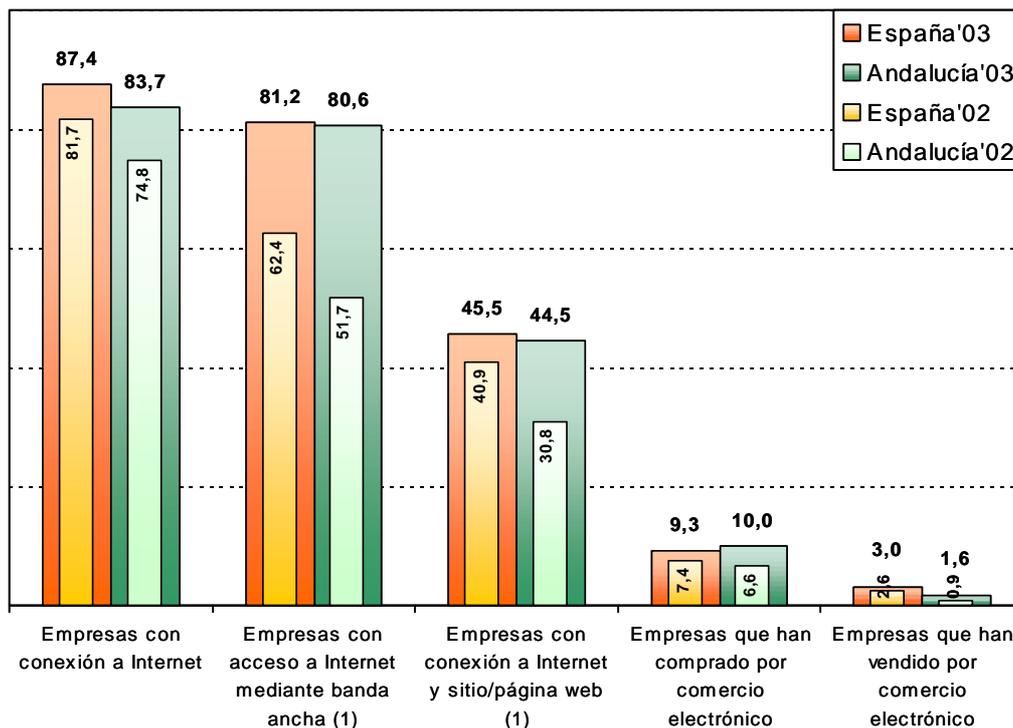
En primer lugar, se ofrece una comparativa entre los niveles de utilización de las nuevas tecnologías, por parte de las empresas con sede en Andalucía, respecto al uso que se registra en las empresas españolas y presentando la evolución de dichos indicadores sobre al año anterior. A continuación, se detalla la situación de las empresas andaluzas durante los años 2003 y 2002.

1. Situación respecto al uso de TIC en las empresas Españolas. Evolución 2002-2003

En un año, los indicadores de uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) de las empresas andaluzas han crecido considerablemente, equiparándose a los niveles de utilización de las empresas españolas.

La mayor diferencia en el 2003 se encuentra en la *conexión a Internet* y es de solo 3,7 puntos inferior en Andalucía, ya que este mismo dato aumentó un 8,9% respecto a 2002.

Principales indicadores TIC
% Andalucía-% España. 2003-2002

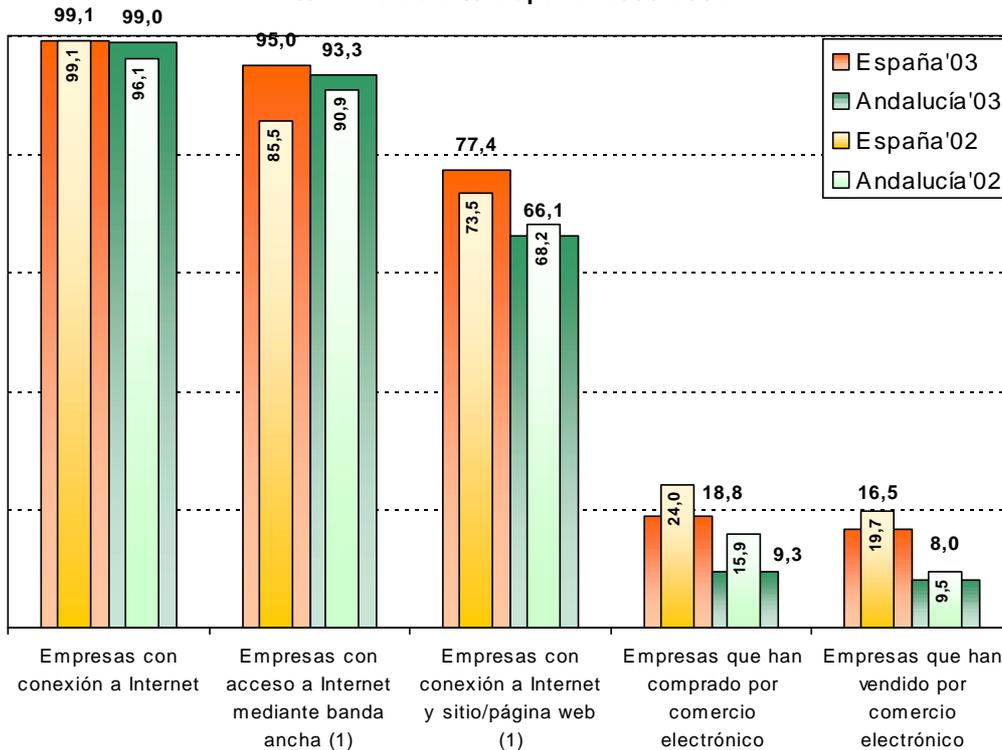


(1) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet

La conexión mediante banda ancha ha crecido en Andalucía un 28,9%, alcanzando la media nacional. Igualmente, el crecimiento de las empresas con sitio Web fue del 13,7%, situándose a solo un punto del conjunto de las empresas españolas.

En cuanto a la situación de las empresas en función de su tamaño, los indicadores TIC tienen actualmente una relación directamente proporcional al tamaño de las empresas. Entre las grandes, el índice de conexión a Internet, en su mayoría mediante banda ancha, es superior a la media y similar a las del mismo tamaño en el resto del territorio español.

Principales indicadores TIC. Empresas de 250 y más empleados
 % Andalucía-% España. 2003-2002



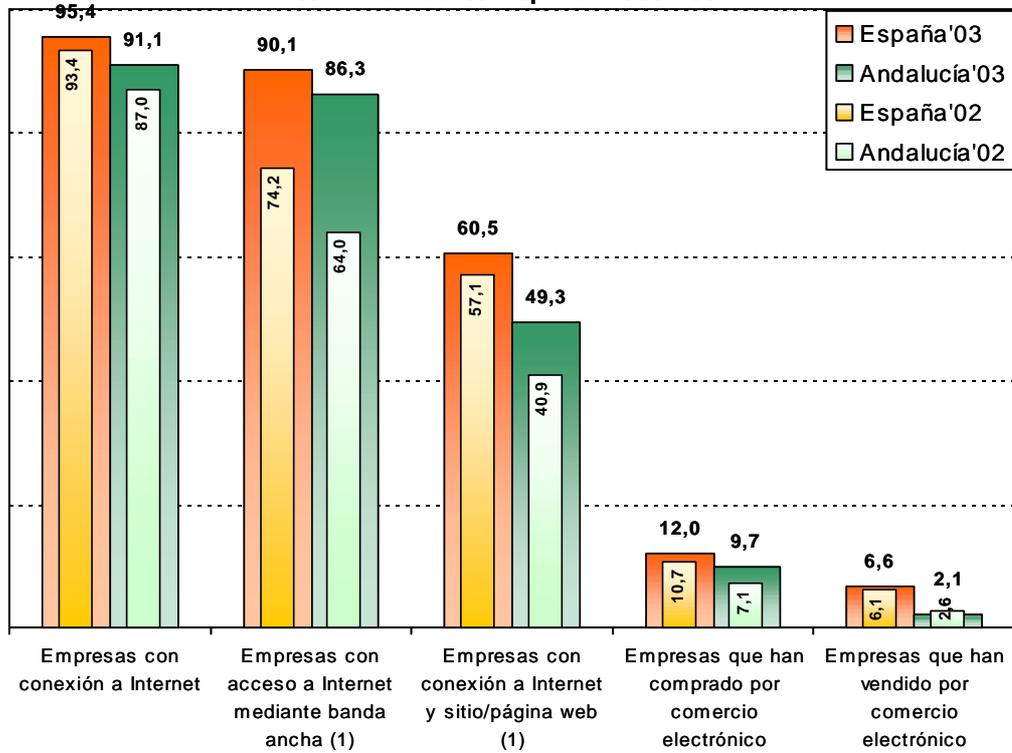
Sin embargo, los niveles de compra y venta por comercio electrónico siguen siendo la mitad de los de las empresas españolas de más de 250 empleados, con un retroceso anual en ambas zonas geográficas. Respecto a las empresas andaluzas con página Web, en 2003 eran un 11,3% menos que las españolas, ampliándose la diferencia de 2002.

Por otra parte, aunque las empresas con menor número de empleos presenten unos índices inferiores a las grandes, su comportamiento es muy similar a las españolas (en su mismo segmento de tamaño), gracias al crecimiento producido en Andalucía entre las empresas medianas y pequeñas. La única excepción la encontramos en la posesión de página Web de las empresas medianas, aún por debajo de la media nacional.

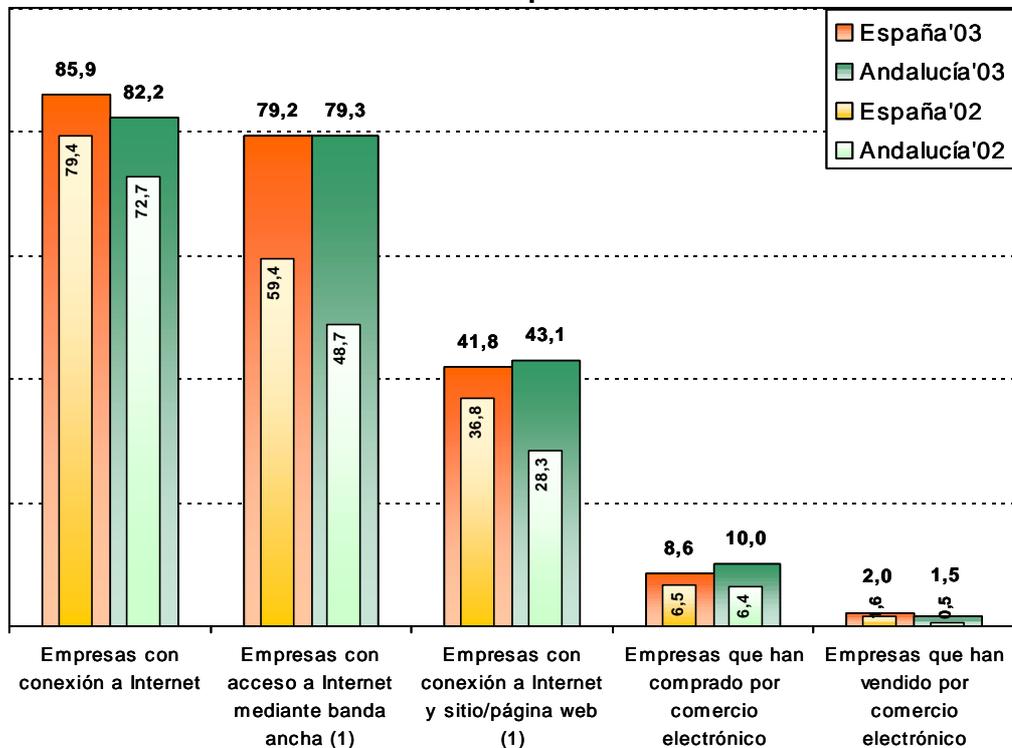


También hay que destacar que la relación comentada, sobre el tamaño de las empresas y las TIC, se invierte en Andalucía en el caso de las compras por comercio electrónico, con unos índices de compra algo superiores entre las empresas más pequeñas.

Principales indicadores TIC. Empresas de 50 a 249 empleados
% Andalucía-% España. 2003-2002



Principales indicadores TIC. Empresas de 10 a 49 empleados
% Andalucía-% España. 2003-2002



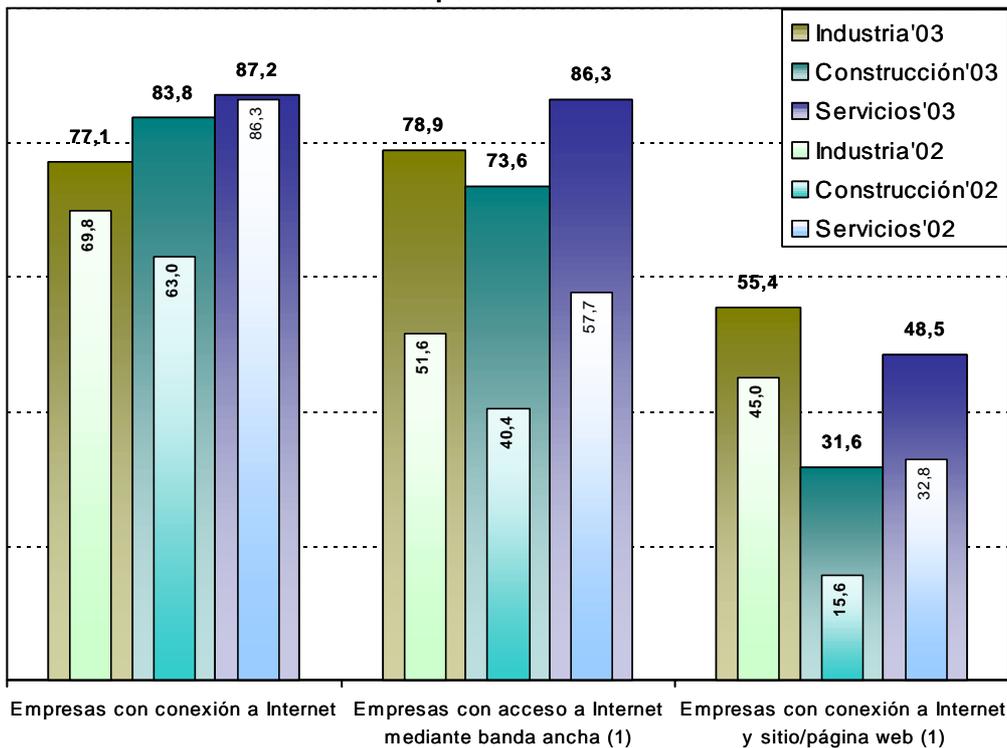
(1) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet

2. Principales Indicadores en Andalucía. Evolución 2002-2003

2.1. Situación por sector de actividad.

Todos los sectores han aumentado sus niveles de uso de las tecnologías de la información desde 2002. El sector servicios lidera la conexión a Internet (aunque sin apenas crecimiento interanual) y su acceso mediante banda ancha, aspecto éste de gran transformación en todos los sectores. Por el contrario, la Industria supera en posesión de página Web al resto de actividades, aunque fue en la construcción donde se registró el mayor incremento porcentual, duplicándose en 2003.

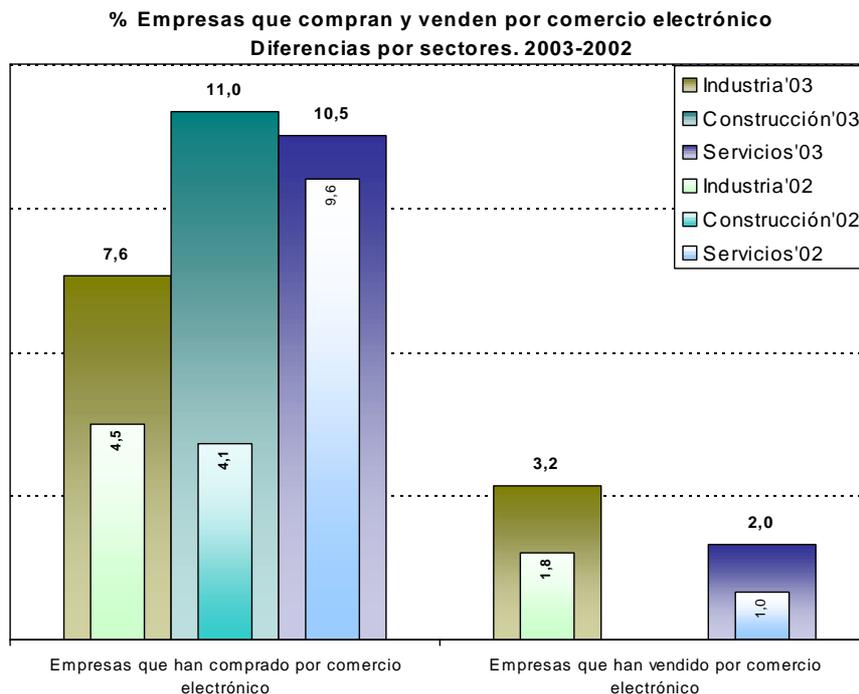
**% Empresas con conexión a Internet, banda ancha y sitio web.
 Diferencias por sectores. 2003-2002**



(1) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet

En cuanto al comercio electrónico, las compras (tanto por Internet, EDI como por otras redes) superaron a las ventas, en especial en el sector de la construcción (con un crecimiento del 7% respecto al 2002) y de los servicios.

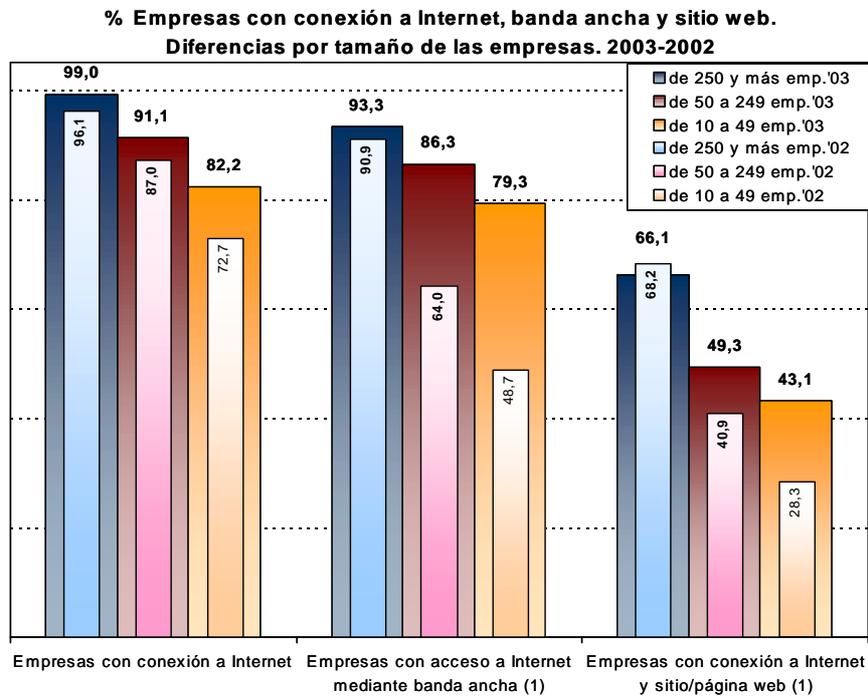
Tan solo el sector industrial supera el 3% en el concepto “empresas que venden por comercio electrónico”



2.2. Situación por tamaño de la empresa.

Las diferencias del año 2002 en función del tamaño de las empresas se han acortado considerablemente en un solo año, con mayores niveles de crecimiento entre las pequeñas y medianas empresas que en las de más de 250 empleados.

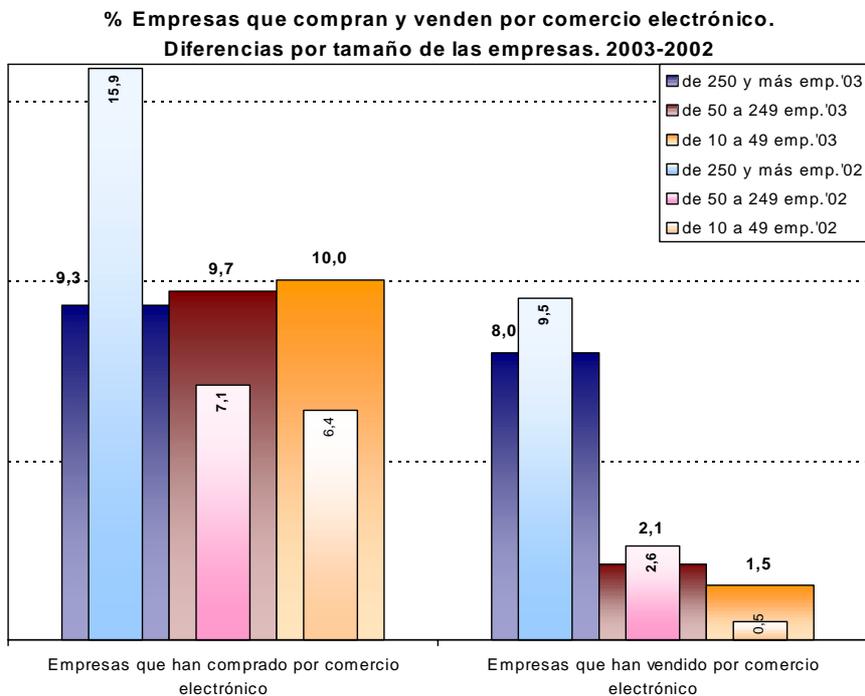
Tan solo prevalece la supremacía de la posesión de sitio Web de las grandes empresas andaluzas, a pesar del descenso interanual.



(1) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet

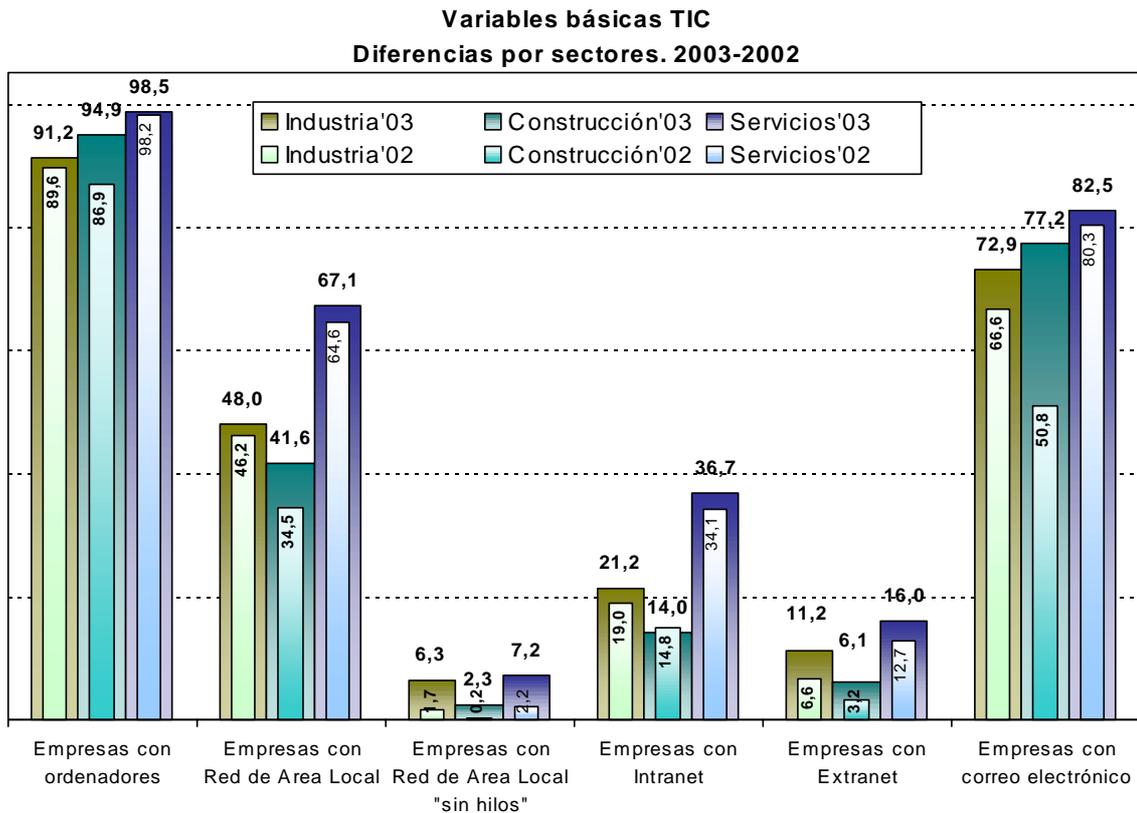
También entre las empresas de mayor tamaño ha descendido el porcentaje de las que compran por comercio electrónico, igualándose a las de otros tamaños (todas se encuentran entre el 9,3 y el 10 por ciento)

También se reduce el porcentaje de empresas de más de 250 trabajadores que han vendido por comercio electrónico, aunque la cifra (8%) es claramente superior a la cifra de empresas medianas y pequeñas que han vendido por comercio electrónico.



3. Uso de las TIC en Andalucía por sector de actividad. Evolución 2002-2003

Los ordenadores están presentes en más del 90% de las empresas industriales andaluzas, en el 95% de las de construcción y en la práctica totalidad de las de servicios (98,5%).



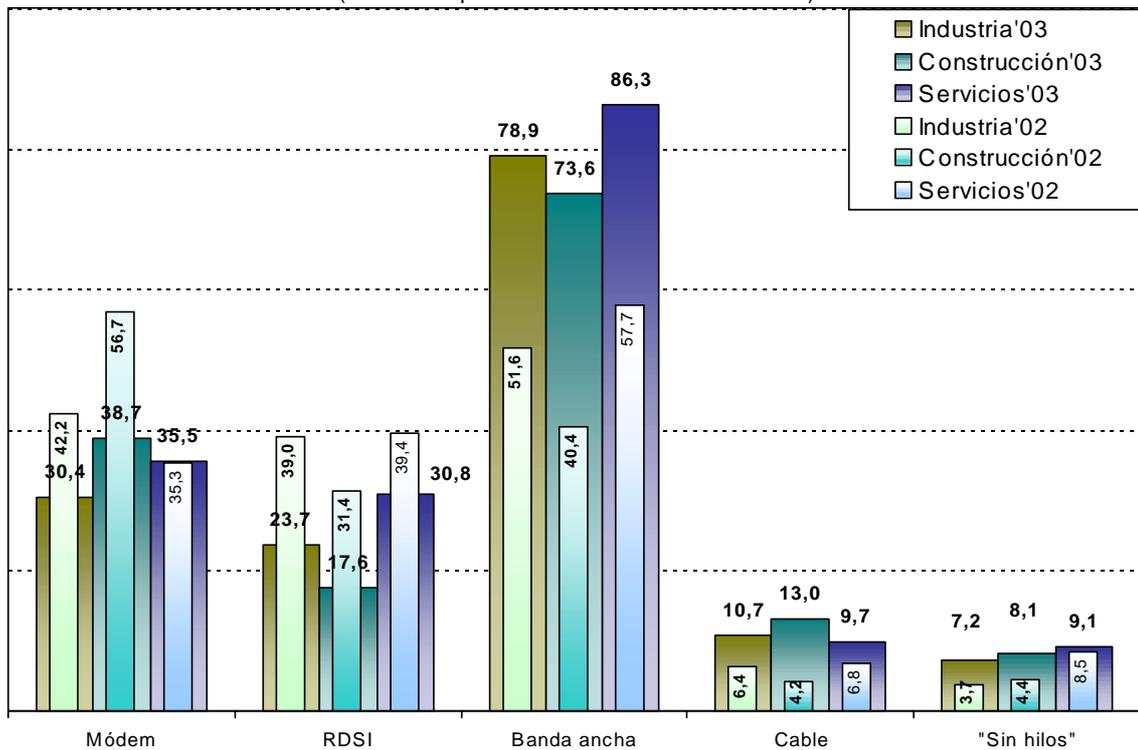
Un año más, las empresas de servicios son las que hacen mayor uso de las tecnologías de la información, si bien el crecimiento más notable se ha producido en las del sector de la construcción.

Además del empleo de ordenadores, *Internet* (expuesto con anterioridad) y el *correo electrónico* son las tecnologías más utilizadas. En el polo opuesto, la presencia de *extranet* y de *redes locales "sin hilos"* son aún, pese al paulatino crecimiento, TICs incipientes.

De los tipos de conexión a Internet, con independencia del sector de actividad, predomina la *banda ancha*, que ha venido a sustituir tanto al *módem* como a la *RDSI*, tecnologías que, pese a su involución, aún superan al *cable* y a la conexión "*sin hilos*", ambas en crecimiento aunque minoritarias.

Tipo de conexión a Internet. Diferencias por sectores. 2003-2002

(Base: Empresas con conexión a Internet)



En cuanto a las distintas utilidades que ofrece Internet a las empresas andaluzas con conexión a dicha herramienta, la principal en los tres sectores analizados es la de *obtener servicios bancarios y financieros*: el 90% de las industrias, el 92,6% de los servicios y el 95,8% de las empresas de construcción (con conexión) así lo declaran.

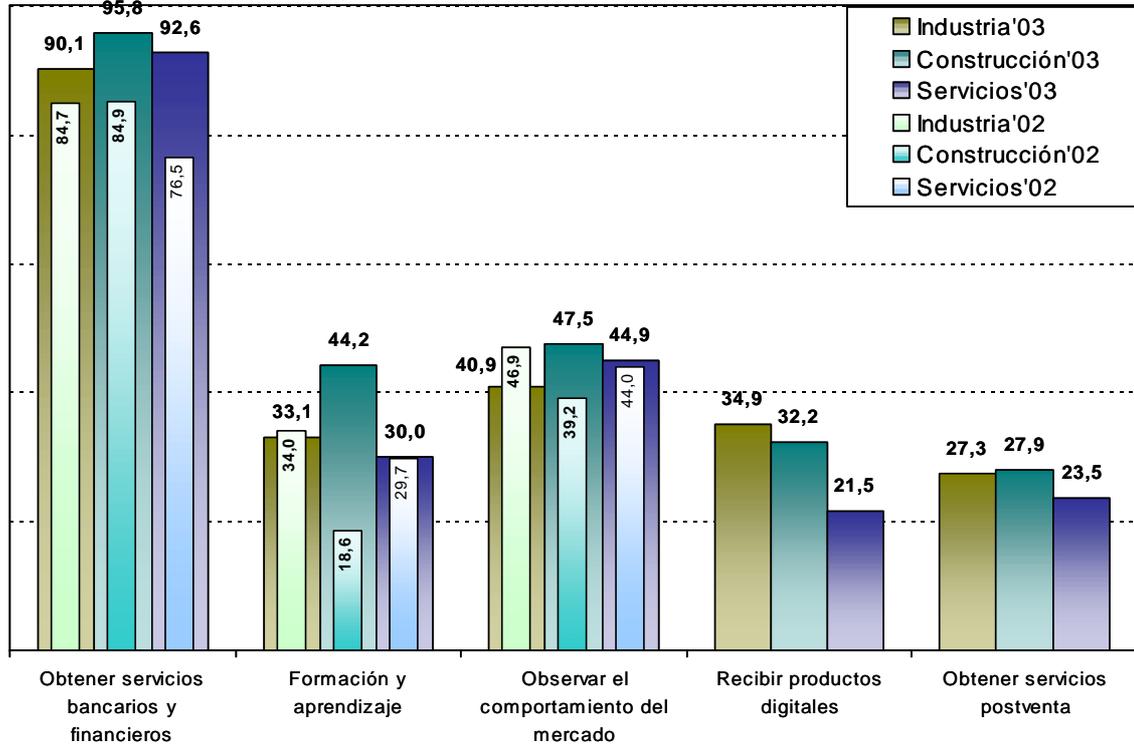
El segundo uso es la *interacción con las administraciones públicas*. Esta comunicación se produce en un 57,9% de las empresas de servicios con conexión, en el 55,5% de las de construcción, y en un 52,2% de las industrias.

En dicha interacción con las administraciones el motivo principal es el de *obtener información y descargarse impresos*. La *gestión electrónica completa* se produce en una de cada cuatro empresas con conexión.

Otros usos menos frecuentes de Internet son los destinados a *obtener servicios postventa, recibir productos digitales y a la formación y aprendizaje*, si bien éste último ha aumentado en el sector construcción del 18,6% al 44,2%. Por último, el estudio del comportamiento del mercado ha sufrido una evolución irregular en cada sector, descendiendo en industria y aumentando en construcción.

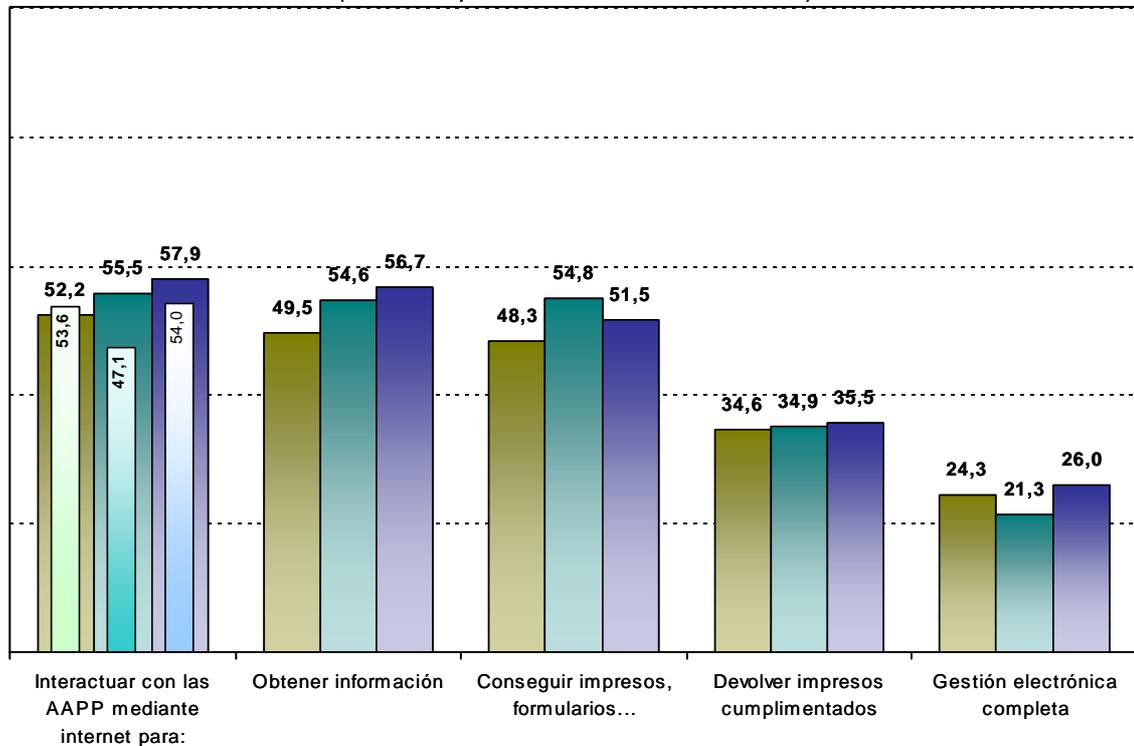
Usos de Internet. Diferencias por sectores. 2003-2002

(Base: Empresas con conexión a Internet)



Usos de Internet (interacción AA.PP.). Diferencias por sectores. 2003-2002

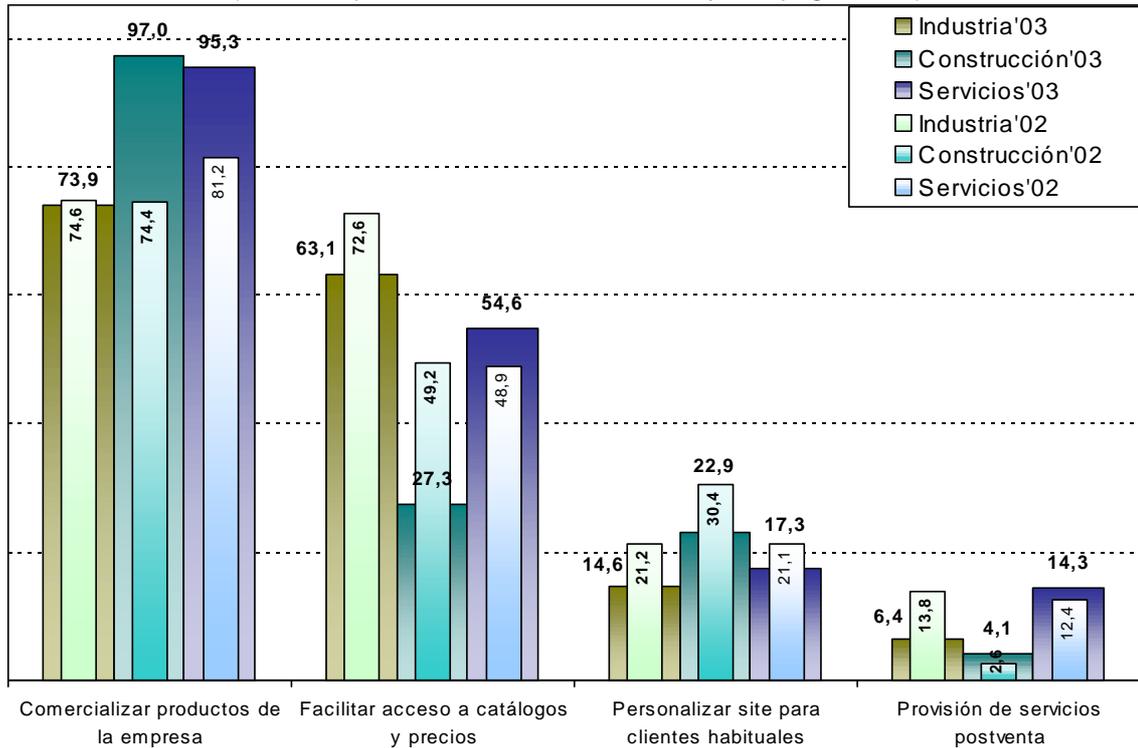
(Base: Empresas con conexión a Internet)



Respecto al uso dado a las páginas Web por parte de aquellas empresas andaluzas que las poseen, el principal, con un elevado crecimiento interanual en los sectores de la construcción y servicios, es el de comercializar los productos de la empresa.

Usos de la página web. Diferencias por sectores. 2003-2002

(Base: Empresas con conexión a Internet y sitio/página web)



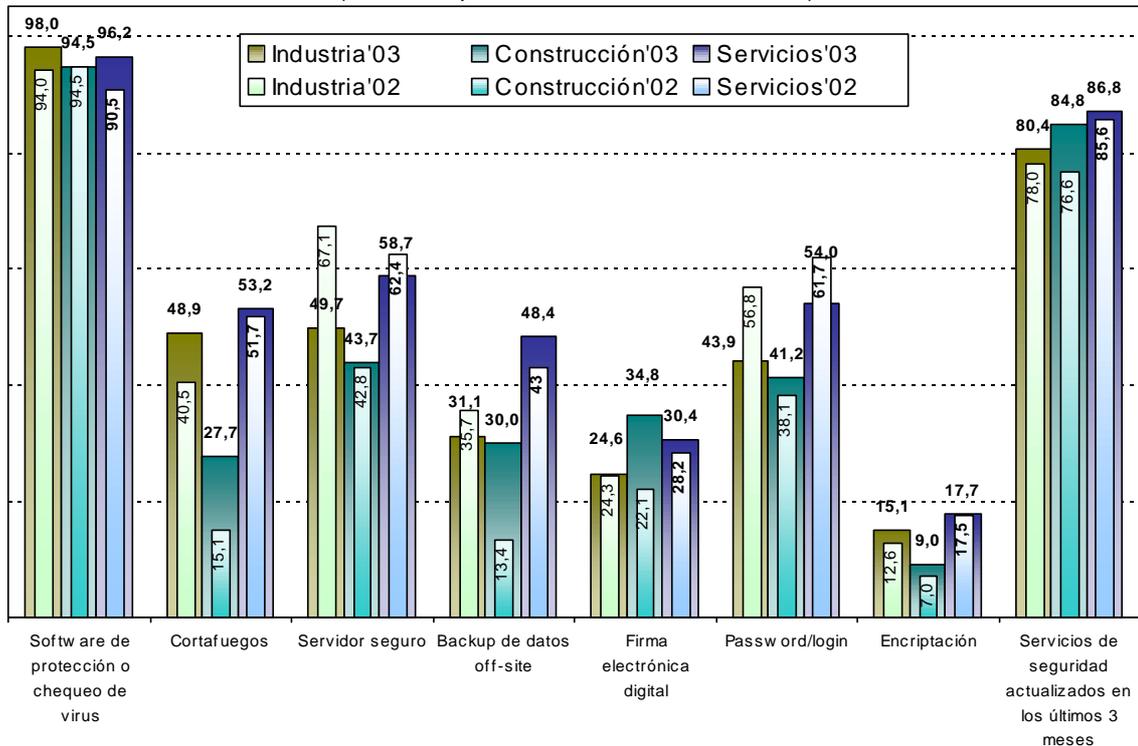
El siguiente uso destaca entre las industrias (63,1%) y las empresas de servicios (54,6%) y es el de facilitar el acceso a catálogos de productos y sus listas de precios.

La personalización del *site* para los clientes habituales es aún más baja que la registrada en el 2002, y la provisión de servicios postventa sigue siendo escasa.

De las numerosas medidas de seguridad informática disponibles, las más utilizadas son los *programas antivirus*, presentes en más del 95% de las empresas conectadas a internet. La actualización trimestral de estos servicios de seguridad se produce en más del 80% de dichas empresas.

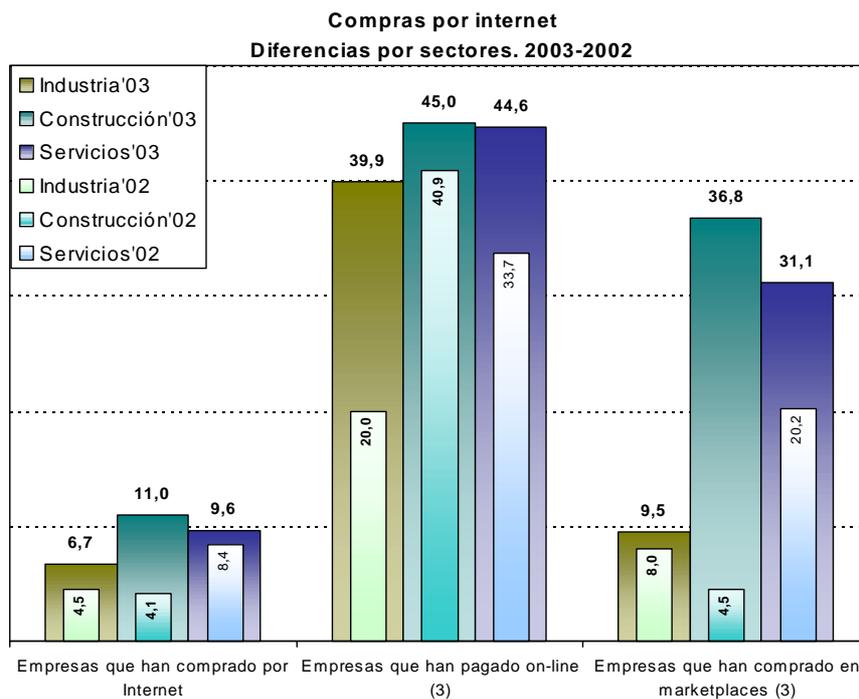
El sector constructor presenta el mayor crecimiento en casi todas las medidas de seguridad, mientras que las industriales y las dedicadas a servicios han reducido la implantación de algunas medidas como los *servidores seguros* y las *contraseñas* (login), aunque siguen siendo las dos más utilizadas (además de los antivirus, ya comentados) y superando a los *backup off-site* y los *cortafuegos*.

Medidas de seguridad informática. Diferencias por sectores. 2003-2002
 (Base: Empresas con conexión a Internet)



Por otra parte, como ya se ha adelantado, el comercio electrónico a través de redes telemáticas es aún incipiente y se centra más en las compras que en las ventas. De dichas redes, Internet es el medio más representativo (y el único en el sector constructor).

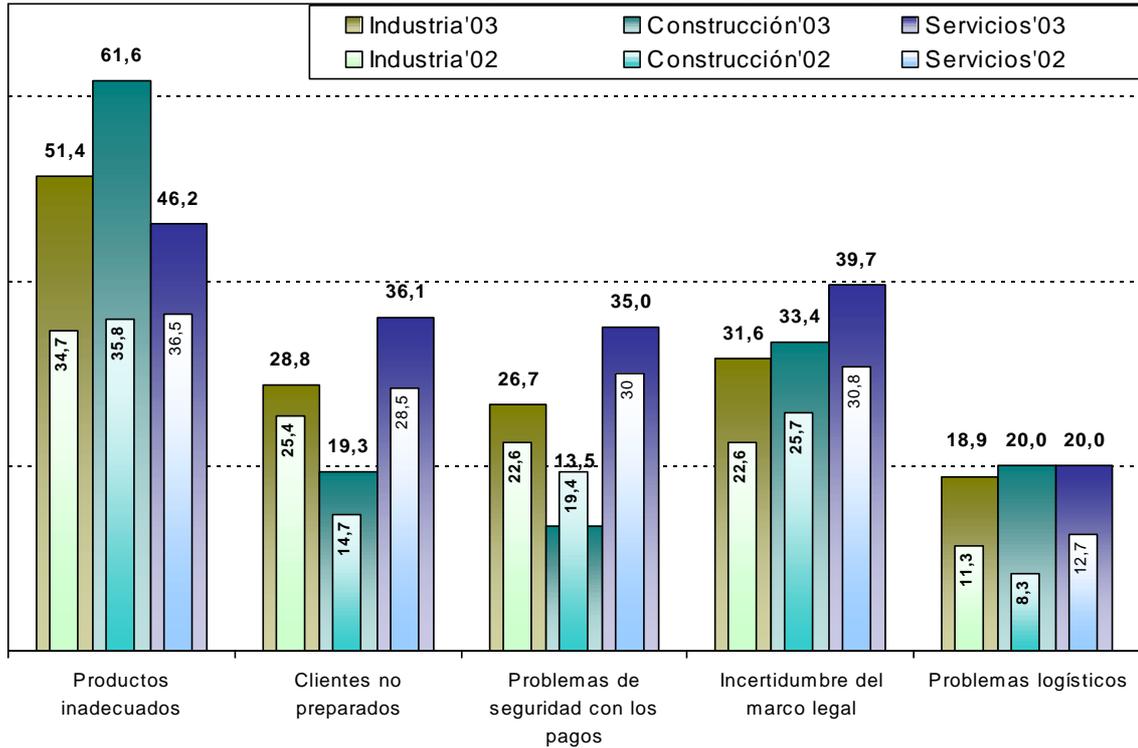
De las empresas que compran por Internet, casi la mitad efectúa sus *pagos on-line* (el 40% en el sector industrial), lo que supone un fuerte incremento, tanto en el sector primario como en el terciario, respecto a 2002. Igualmente, la compra a través de *marketplaces* es utilizada por casi el 37% de las empresas andaluzas del sector de la construcción (en 2002 era solo el 4,5%) y por el 31,1% de las de servicios. Sin embargo, este sistema de compra es utilizado por menos del 10% de las industrias que compran por Internet.



El principal motivo argumentado por las empresas ubicadas en Andalucía para no vender por Internet es que sus productos no son adecuados para dicho canal, especialmente en los sectores de la construcción e industria.

Motivos para no vender por Internet. Diferencias por sectores. 2003-2002

(Base: Empresas que no han comprado por Internet)



Otros frenos, que han ganado terreno en un año, y destacados principalmente por las empresas de servicios, son la incertidumbre respecto al marco legal de la red, la falta de preparación de los clientes para comerciar por Internet y los problemas de seguridad relacionados con los pagos, amén de los problemas logísticos del sistema de comercialización.