



Nuevos usos de las TIC en las empresas



En este número...

Servicios en la nube
 Uso de los medios sociales
 Análisis Big Data
 Publicidad dirigida

Las nuevas Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen un papel fundamental en la sociedad y suponen una oportunidad y un desafío constante para el sector empresarial a la hora de optimizar procesos, mejorar la gestión y buscar nuevas oportunidades de negocio.

Las estadísticas oficiales permiten seguir, desde hace tiempo, la implantación de estas tecnologías en las empresas y hogares españoles y recogen ahora nuevos usos de estas herramientas en el ámbito empresarial.

Este boletín muestra cómo las empresas utilizan la publicidad dirigida, los servicios en la nube, las redes sociales o el análisis de datos masivos, fenómeno conocido como Big Data; comparando nuestra realidad con la de la Unión Europea.

Fuentes utilizadas:

Procedentes del INE: Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y comercio electrónico en las empresas

La información internacional procede de Eurostat

Servicios en la nube

Una de cada cinco empresas utiliza algún servicio en la nube

El servicio en la nube o también llamado Cloud Computing es una tecnología relativamente nueva que consiste en la posibilidad de ofrecer a las empresas servicios informáticos a través de Internet como servidores, bases de datos, aplicaciones de software, capacidad de almacenamiento, etc. Lo que permite tener nuestros archivos e información en Internet y dimensionar los servicios de manera flexible en función de las necesidades.

El acceso a estos servicios difiere según el tamaño de la empresa, siendo mayor en las empresas de 10 o más empleados.

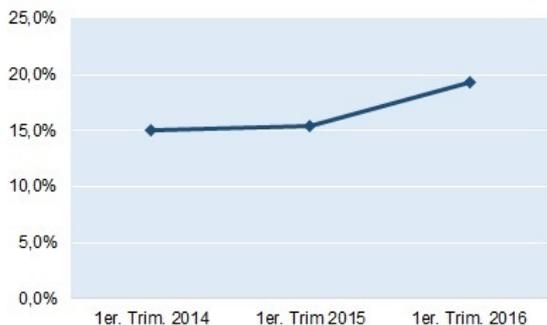
En 2016, las empresas que compran servicios en la nube prefieren hacerlo desde servidores compartidos (el 69,1% de las empresas de 10 o más empleados y el 78,3% de las empresas de menos de 10 empleados).

Por otro lado, las empresas con conexión a Internet que más contratan este tipo de servicio son las que pertenecen al sector TIC y a actividades de información y comunicación, alcanzando el 58% y el 57% respectivamente en el primer trimestre de 2016.



Empresas que compraron algún servicio en la nube

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



Servicios de Cloud Computing. 1er. Trim. 2016

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



¿Qué servicios se contratan?

Desde el primer trimestre de 2014 los servicios en la nube más comprados por las empresas son el E-mail, el almacenamiento de ficheros y el servidor de bases de datos de las empresas.

Servicios en la nube comprados por las empresas de 10 o más empleados

Servicio	1er. Trim. 2014	1er. Trim. 2016
E-mail	61,4%	71,2%
Almacenamiento de ficheros	69,0%	68,7%
Servidor de bases de datos de la empresa	54,7%	59,6%
Software Office (procesadores de texto, hojas de cálculo,...)	27,7%	38,5%
Aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	23,1%	29,5%
Capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa	25,1%	30,0%
Aplicaciones de software financiero o contable	20,7%	27,6%

Porcentajes sobre el total de empresas que compran servicios en la nube

En el primer trimestre de 2016, es el E-mail el servicio más comprado por las empresas de 10 o más empleados y el almacenamiento de ficheros en el caso de las empresas de menos de 10 empleados.

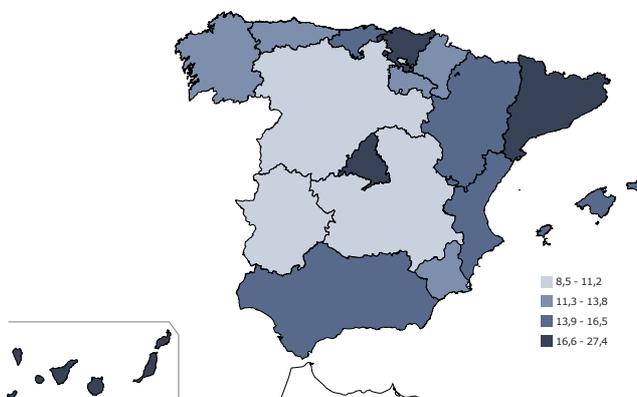
Madrid y Cataluña a la cabeza en los servicios en la nube

En el primer trimestre del 2016, son Comunidad de Madrid y Cataluña las comunidades con un porcentaje mayor de empresas que compran algún servicio de Cloud Computing usado a través de Internet (27,4% y 25,6% respectivamente), mientras que Extremadura es la comunidad que menos compra este tipo de servicios (8,5%).

Por otro lado, Galicia es la única comunidad autónoma donde disminuye su compra entre 2014 y 2016.

Servicios en la nube. 1er. Trim. 2016

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



En 2014, una de cada cinco empresas de la UE utiliza Cloud Computing

Al igual que en España los servicios más utilizados son el E-mail y el almacenamiento de ficheros.

Finlandia es el país con más porcentaje de empresas que utiliza este tipo de servicios dentro de la UE-28 (51% en 2014) y Rumanía es el que menos (5%).

En 2014, el 46% de estas empresas utilizó al menos uno de los siguientes servicios de Cloud Computing: las aplicaciones de software financiero o contable, aplicaciones de software para tratar información sobre clientes y capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa. En España, la media de uso de estos servicios fue de un 23% en el 2014, alcanzando un 29% en el primer trimestre del 2016.

Porcentaje de empresas de la UE-28 que contratan servicios de Cloud Computing. 2014

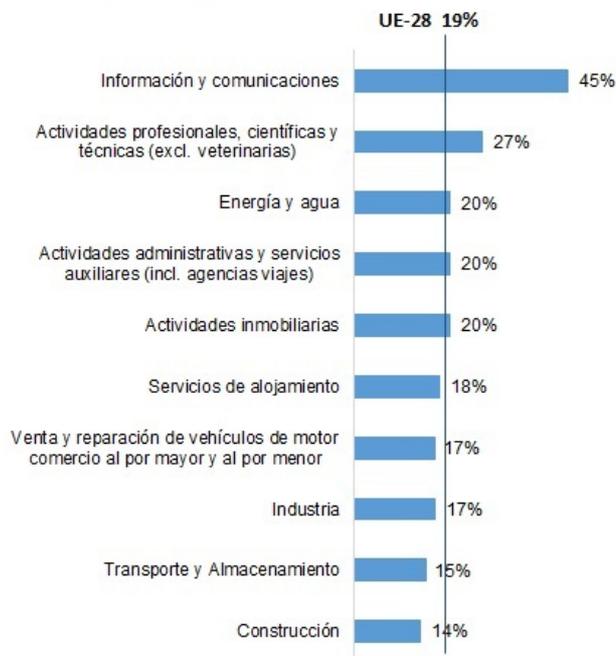
Finlandia	51
Italia	40
Suecia	39
Dinamarca	38
Irlanda	28
Países Bajos	28
Reino Unido	24
Croacia	22
Bélgica	21
UE-28	19
Eslovaquia	19
Malta	17
República Checa	15
Estonia	15
Eslovenia	15
España	14
Lituania	13
Luxemburgo	13
Portugal	13
Francia	12
Austria	12
Alemania	11
Chipre	10
Bulgaria	8
Grecia	8
Hungría	8
Letonia	6
Polonia	6
Rumanía	5

Fuente: Eurostat

En la UE, el 12% de las empresas contratan servicios en la nube en servidores compartidos, mientras que el 7% utiliza servidores de uso exclusivo.

En el caso de servidores compartidos, el uso de Cloud Computing varía según el tamaño de la empresa, siendo mayor en las empresas con 250 y más empleados (24%).

El uso de los servicios de Cloud Computing en la UE -28. 2014 (Porcentaje de empresas)



Fuente: Eurostat

Al igual que en España, en la UE-28 las empresas con actividad en la información y comunicación son de las que más utilizan los servicios de Cloud Computing (45%). En casi todas las demás actividades económicas, el porcentaje varió de 14% a 20% (véase gráfico anterior). Las empresas con actividades profesionales, científicas y técnicas se sitúan en un nivel intermedio con un 27% de empresas que utilizaron este servicio.

Uso de los medios sociales

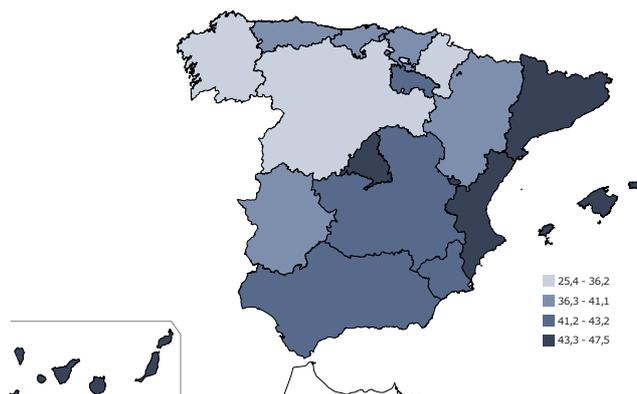
Aumenta el uso de los medios sociales

Los medios sociales se refieren a las aplicaciones basadas en tecnologías de Internet o plataformas de comunicación para conectar, crear o intercambiar contenido online con clientes, proveedores/socios, o dentro de la propia empresa en el ejercicio de la propia actividad, tales como, por ejemplo, redes sociales, blogs, sitios multimedia de intercambio de contenidos y wikis.

En 2016, el 43% de las empresas de 10 o más empleados utilizan alguno de los medios sociales por motivos de trabajo (alcanzando un 30,4% en las empresas de menos de 10 empleados). De ellas, el 91,5% creen que son útiles en mayor o menor medida para la generación o desarrollo de su negocio.

El medio social más utilizado por las empresas son las redes sociales como Facebook, LinkedIn, Tuenti, Google+, Viadeo, Yammer... (94,5%), sobre todo en empresas cuya actividad principal es el servicio de alojamiento (99,1%).

Empresas que utilizan medios sociales. 1er. Trim. 2016 (Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet)



Medios sociales usados por las empresas. 1er. Trim. 2016

	%
Redes Sociales (Facebook, LinkedIn, Tuenti, Google+, Viadeo, Yammer,...)	94,5
Blogs de empresas o microblogs (Twitter, Present-ly, Blogger, Typepad,...)	43,8
Websites que comparten contenido multimedia (YouTube, Flickr, Picassa, SlideShare, Instagram,...)	42,5
Herramientas para compartir conocimientos basadas en Wiki	10,7
Porcentaje sobre el total de empresas que usan medios sociales	

También aumenta en la mayoría de las comunidades autónomas

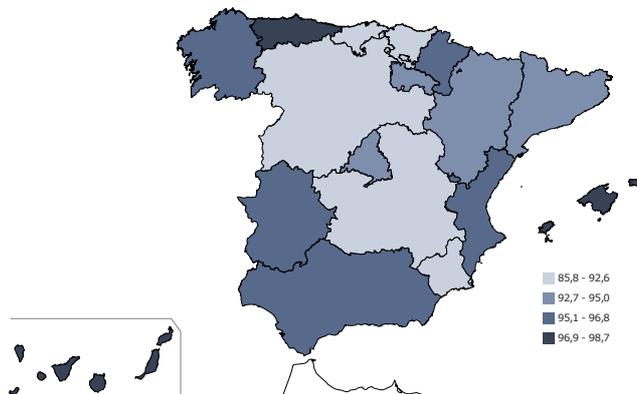
En 2016, Canarias y Cataluña son las comunidades autónomas donde existe un mayor porcentaje de empresas que utilizan medios sociales (47% en ambas), mientras que Castilla y León es la comunidad donde se registra el menor porcentaje de empresas que hagan uso de estos medios (33%).

Por otro lado, es la Región de Murcia la que registra el mayor crecimiento en el porcentaje de empresas que utilizan medios sociales desde el 1er. Trim. de 2014 (crece 12 puntos porcentuales) y Cantabria es la comunidad donde se registra el menor crecimiento (crece un punto porcentual).

Las redes sociales son las más utilizadas, sobre todo en Canarias y las Illes Balears (99% y 98% respectivamente, en 2016). El mayor crecimiento en la utilización de las redes sociales desde 2014 se produce en Aragón (crece 9 puntos), mientras que en Cantabria decrece su uso en 7 puntos porcentuales, situándose en el menor porcentaje de empresas que utilizan las redes sociales en 2016.

Empresas que utilizan redes sociales. 1er. Trim. 2016

(Porcentaje sobre el total de empresas que usan medios sociales)



En 2015, el 39% de las empresas de la UE-28 utiliza los medios sociales

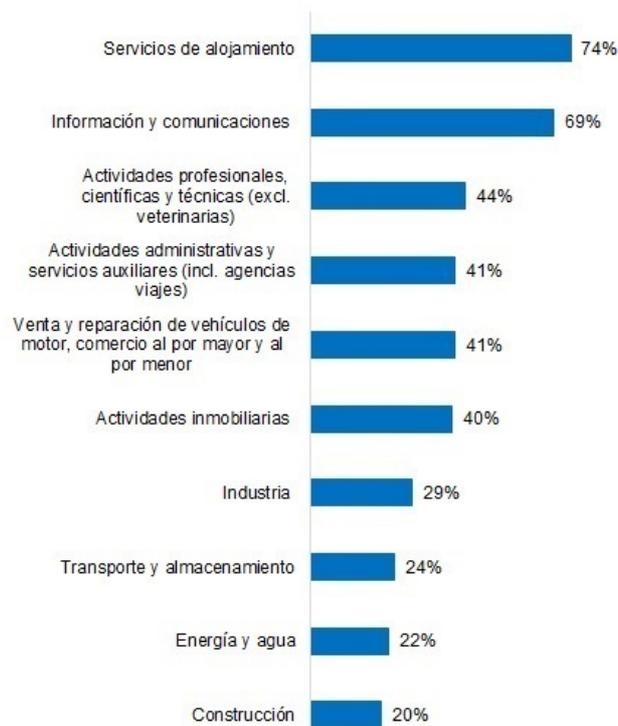
De ellas, el 79% las utilizan para desarrollar la imagen de la empresa o productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos,...).

Los porcentajes de empresas que utilizan medios sociales varían mucho de un país a otro, van desde el 22% en Polonia al 72% en Malta. El 36% de todas las empresas de la UE que informaron tener un sitio web también utilizó uno o más medios sociales.

De la misma forma que ocurre en España, el medio social favorito usado por las empresas de la UE-28 es las redes sociales. Desde el 2013 el uso de las redes sociales se ha incrementado más que cualquier otro tipo de medio (8 puntos porcentuales). Chipre y Malta son los países que registraron mayor incremento (más de 19 puntos porcentuales cada uno), seguidos de Dinamarca e Irlanda (17 y 16 puntos porcentuales respectivamente).

El mayor uso de las redes sociales en UE-28 se realiza en empresas cuya actividad principal es el alojamiento.

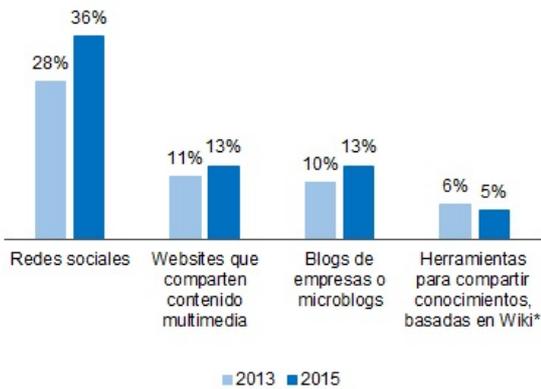
Uso de las redes sociales en las empresas de la UE-28. 2015 (Porcentaje de empresas con conexión a Internet)



Fuente: Eurostat



Empresas que utilizaron medios sociales en UE -28 por tipo de medio. 2013 y 2015 (Porcentaje de empresas)



Fuente: Eurostat

(*) Wiki es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través de navegador web.

Más de la mitad de las empresas de la UE que utilizan los medios sociales (especialmente en las empresas de servicio de alojamiento) informaron utilizarlos para recibir o enviar opiniones de clientes, críticas, reseñas o preguntas.

Si nos fijamos en el tamaño

El 78 % de las pequeñas empresas utilizan las redes sociales para desarrollar la imagen de la empresa o productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos,...), en comparación con el 83 % de las grandes empresas. En contraposición, el 62% de las grandes empresas las utilizan para reclutar empleados frente al 33% en las pequeñas empresas. Y el 40% de las grandes empresas utiliza las redes sociales internamente, mientras que sólo lo hizo el 24% de las pequeñas empresas.

Empresas de UE-28 que utilizan redes sociales. 2015

	%
Malta	71
Irlanda	62
Holanda	61
Chipre	56
Dinamarca	53
Reino Unido	52
Suecia	51
Finlandia	47
Bélgica	42
Eslovenia	41
Austria	39
España	38
Luxemburgo	37
Portugal	37
UE-28	36
Lituania	36
Italia	35
Alemania	33
Croacia	33
Grecia	33
Estonia	31
Bulgaria	30
Eslovaquia	29
Francia	28
Hungría	27
Letonia	25
República Checa	23
Rumanía	23
Polonia	20

Porcentaje de empresas con conexión a internet
Fuente: Eurostat

Análisis Big Data

Una de cada cinco empresas con 250 y más empleados ya realiza análisis Big Data en 2015

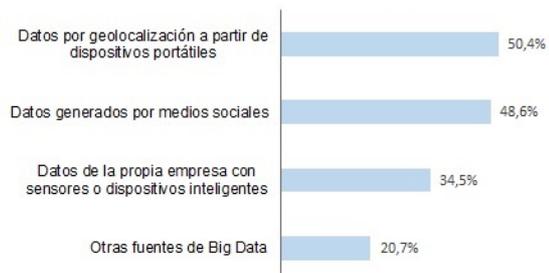
Big data o datos masivos son datos generados a partir de actividades realizadas electrónicamente y a partir de comunicaciones machine to machine -M2M- (p.e.: datos generados de actividades de medios sociales, de procesos...) y constituye hoy en día una fuente de información para el desarrollo de líneas de negocio en el que se producen grandes inversiones.

El análisis de Big Data se refiere al uso de técnicas, tecnologías y herramientas de software para analizar los grandes conjuntos de datos extraídos de fuentes de la propia empresa y de otras fuentes.

En 2015, el 8,5% de las empresas realizaron análisis Big Data, alcanzando un 21,5% en el caso de las empresas con 250 y más empleados.

El sector de actividad donde más se ha utilizado es en el sector TIC (21,6%) y en empresas cuya actividad principal es la información y comunicación (18,8%).

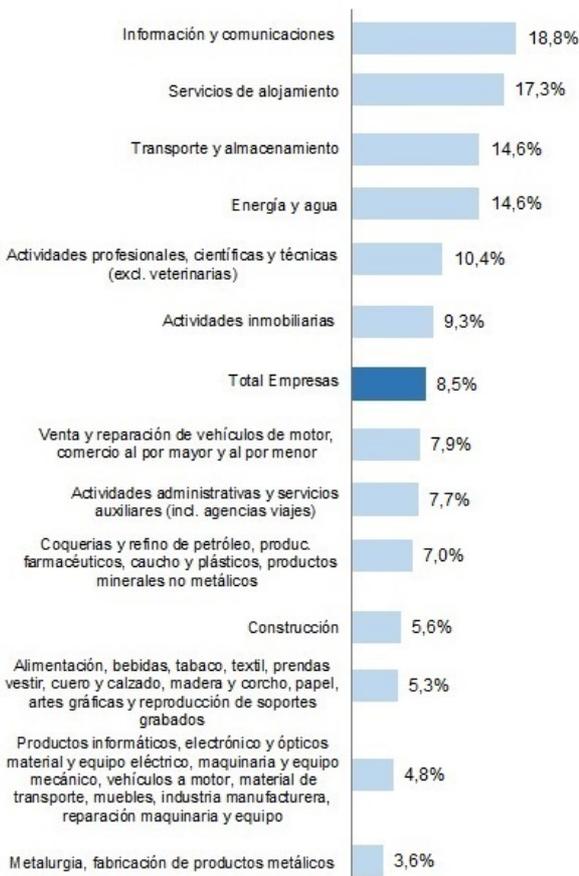
¿Qué fuentes utilizaron? (Porcentaje sobre el total de empresas que realizaron análisis Big Data)



Empresas que analizaron Big Data. 2015



Empresas que analizaron Big Data por actividad. 2015



De las empresas que hicieron análisis Big Data, la fuente principal utilizada fue los datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles (50,4%), sobre todo en empresas cuya actividad principal es el Transporte y almacenamiento, seguido de los datos generados por medios sociales (48,6%), principalmente en empresas cuya actividad principal son los Servicios de alojamiento.

En cuanto al tipo de personal utilizado, el 82,6% de las empresas que realizaron Big Data lo hicieron con su propio personal, incluido el de la empresa matriz o filiales. A excepción de las empresas cuya actividad principal es la actividad inmobiliaria que utilizaron fundamentalmente proveedores externos para realizar este tipo de análisis.

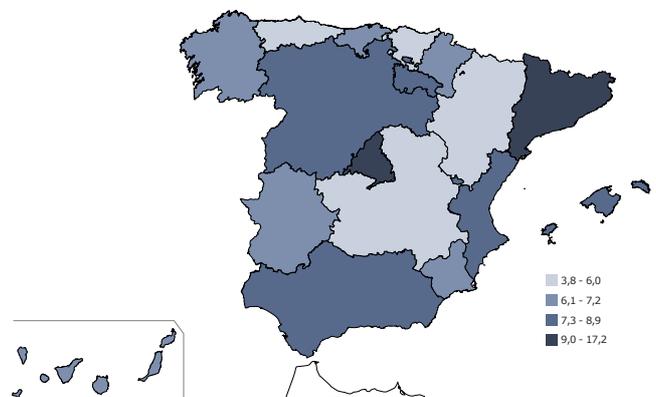
Madrid destaca en análisis Big Data

Una de cada nueve empresas de la Comunidad de Madrid realizaron análisis Big Data en 2015, siendo la comunidad donde hay un mayor porcentaje de empresas que realizaron este tipo de análisis.

En contraposición, el Principado de Asturias es la comunidad autónoma donde es menor el porcentaje de empresas que analizaron Big Data (4,7%).

Las fuentes más utilizadas fueron al igual que en el total nacional, los datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles, sobre todo en Castilla-La Mancha (73,8%), seguido de los datos generados por medios sociales principalmente en Castilla y León (59,7%) y las Illes Balears (59,1%).

Empresas que analizaron Big Data. 2015 (Porcentaje)



Publicidad dirigida

A las empresas les gusta la publicidad dirigida

Una de cada cinco empresas de 10 o más empleados paga por anunciarse en Internet en el primer trimestre de 2016, usando algún método de publicidad dirigida.

Se entiende como publicidad dirigida todo anuncio que varía en función del comportamiento on-line de los individuos. Esta publicidad puede estar basada en: contenido de páginas web o búsqueda de palabras clave por usuarios, en rastreo de actividades anteriores de usuarios o sus perfiles en Internet, en geolocalización de usuarios de Internet, etc

El método más usado es el basado en contenido de páginas web o búsquedas de palabras clave por los usuarios (83,4% en empresas de 10 o más empleados), sobre todo en empresas cuya actividad es la Metalurgia, fabricación de productos metálicos.

Destaca Illes Balears

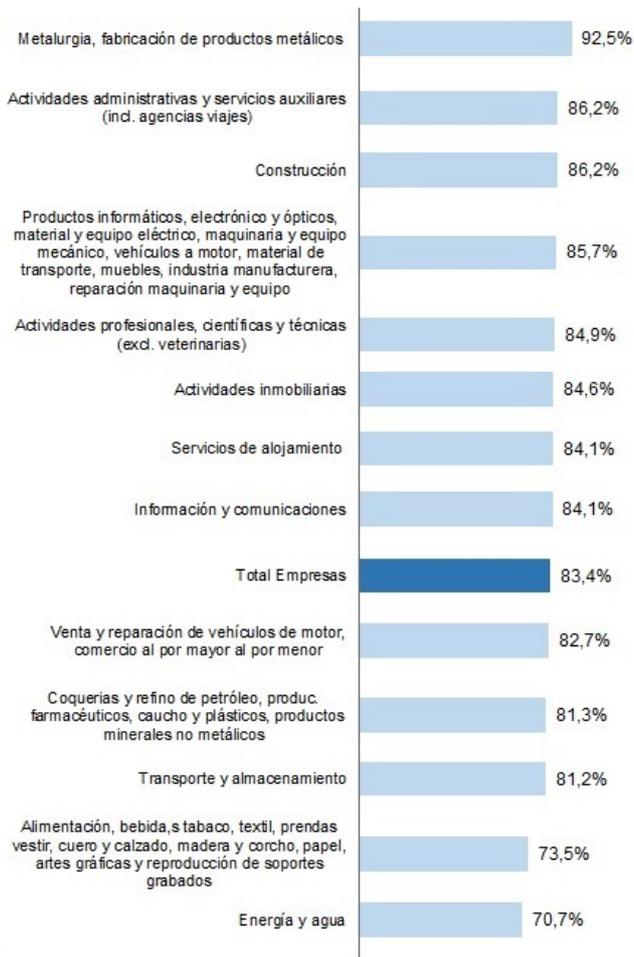
La comunidad autónoma donde hay más empresas que pagan por anunciarse en Internet utilizando algún método de publicidad dirigida es Illes Balears (24,5%).

En la mayoría de las comunidades autónomas se utiliza la publicidad dirigida basada fundamentalmente en el contenido de la páginas web o búsqueda de palabras clave por usuarios, llegando al 90,1% en las empresas del País Vasco.

Porcentaje de empresas con publicidad dirigida basada en:



Empresas con publicidad dirigida *.1er. Trim. 2016
(Porcentaje de empresas sobre el total de empresas que usaron publicidad dirigida)



(*) Publicidad dirigida basada en contenido de páginas web o búsqueda de palabras clave por los usuarios



Empresas que hacen publicidad dirigida. 1er. Trim. 2016
(Porcentaje)

