

Ariadna de la Paz Rodríguez

**LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL SECTOR DE LAS ASESORÍAS Y
GESTORÍAS**

TRABAJO DE FIN DE GRADO



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Reus

2021

Índice

Índice	2
Dedicatoria	4
Resumen	5
Resum	6
Abstract	7
Presentación	8
1.Introducción	9
2. Objetivos	10
3. Metodología	10
4.Marco teórico	11
4.1. Análisis del sector de las asesorías y gestorías en España	11
4.1.1 Diferencia entre asesoría, gestoría y consultoría.....	11
4.1.2. Evolución y situación actual del sector en España	12
4.2. Concepto y características de las TIC	14
4.2.1. Historia y evolución de las TIC	15
4.3. El impacto de las TIC en la sociedad actual	17
4.4. Herramientas TIC en las empresas españolas	19
4.4.1. Infraestructuras básicas y de conectividad	19
4.4.2. Presencia y uso de internet.....	20
4.4.3. Comercio electrónico	27
4.4.4. El uso de tecnologías clave	28
4.5. Las TIC en las Asesorías y gestorías	33
4.5.1. Infraestructuras básicas y de conectividad	34
4.5.2. Presencia y uso de internet.....	35
4.5.3. Comercio electrónico	40
4.5.4. El uso de tecnologías clave	40
4.6. Plan de Estrategia TIC para Asesorías y Gestorías	43
4.6.1. Infraestructuras básicas y de conectividad	44
4.6.2. Presencia y uso de internet.....	44
4.6.3. Comercio electrónico	47
4.6.4. Uso de tecnologías clave.....	47
5. Conclusiones	51
6.Bibliografía	53
Índice de tablas	
Tabla 1.....	12
Tabla 2.....	30
Tabla 3.....	41
Índice de gráficos	
Gráfico 1	13
Gráfico 2	14
Gráfico 3	19
Gráfico 4	20
Gráfico 5	21

<i>Gráfico 6</i>	23
<i>Gráfico 7</i>	26
<i>Gráfico 8</i>	34
<i>Gráfico 9</i>	35
<i>Gráfico 10</i>	36
<i>Gráfico 11</i>	37
<i>Gráfico 12</i>	38
<i>Gráfico 13</i>	39
<i>Gráfico 14</i>	40
<i>Gráfico 15</i>	42

Dedicatoria

Quiero realizar una especial dedicatoria a mi madre y a mi padre, quienes han sido y serán mi fuente de inspiración el resto de mi vida.

También, quiero dedicar el presente trabajo a mis hermanos, a mi cuñada, a mis sobrinos, a mi abuela, a mis primos y a mis tíos y a todos los que me han acompañado en esta etapa académica, dándome soporte y fuerzas para perseverar.

A mis profesores, por inculcarme la importancia del saber y de la importancia que supone el trabajo continuo.

Resumen

LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL SECTOR DE LAS ASESORÍAS

En primer lugar, se hace una breve descripción y se señalan las principales diferencias entre asesoría, gestoría y consultoría, permitiendo de esta manera que podamos conocer las diferentes funcionalidades que estas tienen.

A continuación, se analiza la evolución del sector de las asesorías y gestorías en España y también, se analizan diferentes variables que nos permitirán ponernos en situación de cómo se encuentra actualmente en España el sector al que se hace referencia en el presente trabajo.

Una vez descrito el sector, se define que son las TIC y se señalan las principales características y funcionalidades que tienen y también, se analiza la evolución de las TIC a lo largo de la historia y el impacto que tienen en la sociedad actual.

Una vez se ha descrito y analizado el sector que protagoniza el presente trabajo de final de grado y se han definido que son las TIC, se exponen y se analizan las diferentes herramientas TIC que utilizan actualmente las empresas españolas y cuáles son sus beneficios.

Posteriormente, una vez analizadas las herramientas TIC que utilizan las empresas en España, se analizan estas mismas, pero enfocadas en el sector de las asesorías y de las gestorías en España.

Para finalizar, una vez se han permitido conocer cuáles son las tendencias de las TIC en el sector de las asesorías y gestorías y cuáles son sus beneficios, se desarrolla un plan estratégico de herramientas TIC para que una empresa del sector de las asesorías y gestorías pueda implementar y, en consecuencia, ser más eficiente desarrollando sus funcionalidades.

Palabras clave: Tecnologías de la información y comunicación, asesorías, gestorías, herramientas TIC, innovación.

Resum

LA INNOVACIÓ TECNOLÒGICA EN EL SECTOR DE LES ASSESSORIES

En primer lloc, es fa una breu descripció i s'assenyalen les principals diferències entre assessories, gestories i consultories, permetent d'aquesta manera conèixer les diferents funcionalitats que aquestes tenen.

A continuació, s'analitza l'evolució del sector de les assessories i gestories a Espanya i també, s'analitzen les diferents variables que ens permeten posar-nos en situació de com es troba actualment el sector al que es fa referència en aquest treball a Espanya

Una vegada s'ha descrit el sector, es defineix que són les TIC i s'assenyalen les principals característiques i funcionalitats que tenen, i també, s'analitza l'evolució de les TIC al llarg de l'història i l'impacte que tenen en la societat actual.

Una vegada s'ha descrit i s'ha analitzat el sector que protagonitza el present treball de final de grau i s'han definit que són les TIC, s'exposen i s'analitzen les diferents eines TIC que utilitzen actualment les empreses espanyoles i quins són els seus beneficis.

Posteriorment, un cop analitzades les eines TIC que utilitzen les empreses a Espanya, s'analitzen aquestes mateixes, però enfocades al sector de les assessories i de les gestories a Espanya.

Per a finalitzar, una vegada s'ha permès conèixer quines són les tendències de les TIC en el sector de les assessories i gestories i quins són els seus beneficis, es desenvolupa un pla estratègic d'eines TIC per a que una empresa del sector de les assessories i gestories pugui implementar i en conseqüència, ser més eficient desenvolupant les seves funcionalitats.

Paraules clau: Tecnologies de la informació i comunicació, assessories, gestories, eines TIC, innovació.

Abstract

TECHNOLOGICAL INNOVATION IN THE CONSULTING SECTOR

First of all, a brief description is made and the main differences between advice, management and consultancy are pointed out, thus allowing us to know the different functionalities that these have.

Next, the evolution of the consulting and management sector in Spain is analyzed and also, different variables are analyzed that will allow us to put ourselves in a situation of how the sector referred to in this work in Spain is currently located.

Once the sector has been described, it is defined that they are ICT and the main characteristics and functionalities that they have are indicated and also, the evolution of ICT throughout history and the impact they have on today's society is analyzed.

Once the sector that stars in this final degree work has been described and analyzed and it has been defined that ict is, the different ICT tools currently used by Spanish companies and what their benefits are exposed and analyzed.

Subsequently, once the ICT tools used by companies in Spain have been analyzed, they are analyzed, but focused on the consulting and management sector in Spain.

Finally, once they have been allowed to know what are the trends of ICT in the sector of consultancies and agencies and what are their benefits, a strategic plan of ICT tools is developed so that a company in the sector of consultancies and agencies can implement and consequently, be more efficient developing its functionalities.

Keywords: Information and communication technologies, consultancies, agencies, ICT tools, innovation.

Presentación

La principal razón que me ha motivado y que me ha llevado a escoger el tema de este trabajo de final de carrera, ha sido que actualmente estoy trabajando como Asesora Fiscal en una asesoría y gestoría en Girona.

Mi afán por innovar y mejorar todo aquello que está relacionado con mi trabajo, ha hecho que me motivase a escoger la presente temática del trabajo.

En relación con las asignaturas que se encuentran más vinculadas al tema de investigación, podemos mencionar las asignaturas relacionadas con la rama de investigación de mercados, dirección estratégica de márketing, e-Márketing y fiscalidad.

1.Introducción

Actualmente nos encontramos ante una sociedad muy globalizada y que se encuentra en constante cambio surgiendo nuevas maneras de comunicarnos y de relacionarnos. El avance tecnológico ha supuesto para la sociedad un cambio en la cultura iniciando un nuevo tipo de cultura asociada a las nuevas tecnologías, denominada Cultura Digital. La cultura digital ha surgido en consecuencia de la creación de las Tecnologías de la información y la comunicación, conocidas como TIC. Las Tecnologías de la información y la comunicación hacen referencia a un conjunto de herramientas y recursos que facilitan la comunicación entre las personas haciendo fluir la información desde cualquier parte del mundo (Martínez García).

Según el plan estratégico de la Agencia Tributaria para el año 2020-2023, la Agencia Tributaria ha realizado una apuesta decidida por avanzar aún más en la utilización intensiva de las nuevas tecnologías, desarrollando nuevas herramientas de selección, obtención y tratamiento de la información para la realización de las actuaciones de información y asistencia a los contribuyentes (Secretaría General de Administración Digital (SGAD), 2019).

El informe REINA 2019 señala que en el año 2018 la Administración General del Estado tuvo de gastos en TIC un total de 1.415 millones de euros, los cuales han ido ascendiendo en los últimos años. El hecho de que la Administración Pública cada vez esté más automatizada supone para las asesorías y las gestorías todo un reto, ya que, estas tienen que reinventarse e implementar también el uso de las nuevas tecnologías, para poder de esta manera, adaptarse al entorno y a la demanda (Secretaría General Técnica, 2020)

Debido a la automatización de la Administración Pública y la aparición de la cultura digital en la sociedad, es importante que el sector de las asesorías y de las gestorías implanten y planifiquen una estrategia TIC en las empresas, con el objetivo de ser más competitivas, eficientes y en consecuencia que puedan obtener mayores beneficios.

Las TIC han transformado por completo la manera de trabajar y de gestionar las empresas permitiendo que las empresas sean mucho más ágiles en el momento de comunicarse con su entorno, que estas sean mucho más productivas y como consecuencia, que puedan obtener mayores beneficios (Jesús Reyes, 2013)

2. Objetivos

El presente trabajo tiene principalmente dos objetivos. El primer objetivo, analizar las TIC¹ en las empresas españolas y también, en el sector de las asesorías y de las gestorías en España. El segundo objetivo, consiste en proponer un plan estratégico para las empresas que se encuentran en el sector de las asesorías y gestorías para que estas puedan implementar las TIC en sus empresas, puedan adaptarse a la sociedad actual, hacer frente a los nuevos retos tecnológicos y, en consecuencia, que puedan obtener mayores beneficios y fidelizar a sus clientes.

A parte de los objetivos principales, también van a darse respuesta y van a ser materia de estudio en el presente trabajo varios objetivos específicos como, por ejemplo, analizar el sector de las asesorías y de las gestorías en España, definir y clasificar las diferentes herramientas TIC que se encuentran disponibles actualmente y analizar el impacto que tienen las TIC dentro del sector de las asesorías y gestorías.

3. Metodología

Para la realización del presente Trabajo de Final de Grado se ha utilizado diferentes fuentes de información, que han facilitado y han posibilitado la obtención de datos útiles y relevantes para la elaboración del presente trabajo.

Para definir las diferencias entre asesoría, gestoría y consultoría, las características de las TIC y el impacto que tienen en la sociedad actual las tecnologías de la información y comunicación se han utilizado fuentes externas y secundarias procedentes de diferentes páginas web. Para poder analizar y entender cuál ha sido la evolución del sector de las asesorías y de las gestorías y en qué situación se encuentra actualmente el sector, se ha empleado información externa y secundaria procedente del Instituto Nacional de Estadística. También, se ha utilizado otro tipo de fuentes externas y secundarias las cuales han sido los diferentes informes que la administración pública elabora anualmente.

También, se han empleado fuentes de información internas y primarias, basadas en la experiencia propia de trabajar en una asesoría y en una gestoría, la cual a permitido desarrollar el plan estratégico de herramientas TIC para una asesoría y una gestoría.

¹ Tecnologías de la información y comunicación (TIC) –Las TIC son el conjunto de tecnologías desarrolladas en la actualidad para una información y comunicación más eficiente, las cuales han modificado tanto la forma de acceder al conocimiento como las relaciones humanas. Disponible en: <https://www.significados.com/tic/>

4.Marco teórico

4.1. Análisis del sector de las asesorías y gestorías en España

4.1.1 Diferencia entre asesoría, gestoría y consultoría

Es muy habitual utilizar el término de asesoría, gestoría y consultoría como si fueran lo mismo, cuando en realidad, se trata de tres servicios completamente diferentes (DACEBA, s.f.).

Una gestoría, es un punto de gestión administrativa disponible para empresarios, profesionales o individuos. Las gestorías se encargan principalmente de realizar trámites laborales y trámites tributarios como, por ejemplo, la presentación de impuestos ante la Administración Pública Fiscal. Las gestorías también se encargan de llevar la contabilidad de sus clientes y de gestionar las altas y bajas de profesionales autónomos. Los profesionales que trabajan en las gestorías, conocidos como gestores administrativos, han de ser profesionales cualificados para que estos puedan actuar en calidad de representantes legales entre la empresa o profesional y la administración pública (Sánchez Galán, 2020).

A diferencia de una gestoría, la asesoría es el apoyo mediante consejos a otra persona sobre la realización de una o varias actividades de las que el empresario o profesional desconoce cómo realizarla. Existen diferentes tipos de asesorías, pero en el presente trabajo vamos a hacer referencia a las asesorías fiscales y a las asesorías contables.

Las asesorías fiscales, se encargan de ofrecer información legal y fiscal a sus clientes mientras que las asesorías contables aconsejan y ayudan a los negocios a realizar la parte contable (Méndez, 2018).

A diferencia de la asesoría, la consultoría ofrece a la empresa o al profesional un servicio puntual, ofreciendo asesoramiento en un tema muy concreto. La función principal de la consultoría es la de asesorar, orientar, recomendar y aconsejar a una empresa cuando necesita mejorar o solucionar ciertos aspectos puntuales (Pujals Assessoria, s.f.).

Existen 7 tipos de consultoría que son las siguientes (Author, 2019):

- Consultoría de negocios: La consultoría de negocios se encarga del asesoramiento relacionado con la gestión de la empresa, analizando y proporcionando soluciones a los posibles problemas administrativos que tenga su cliente.
- Consultoría de marketing: La consultoría de marketing se encarga de crear estrategias y planes con el objetivo de darle un mayor valor al producto o servicio que ofrece su cliente.

- Consultoría de ventas: Las consultorías de ventas se encarga de asesorar a su cliente con el objetivo de que pueda aumentar sus ingresos y a su vez optimizar los procesos comerciales del negocio.
- Consultoría en comunicación organizacional: La consultoría en comunicación organizacional se encarga de mejorar el flujo de comunicación entre los diferentes procesos de una organización.
- Consultoría financiera: La consultoría financiera ofrece a su cliente los suficientes conocimientos para que pueda lograr u mayor manejo en los recursos económicos de la compañía.
- Consultoría de especialización: La consultoría de especialización se encarga de generar rédito de un grupo de consumidores con intereses similares.
- Consultoría legal: La consultoría legal se encarga de brindar recomendaciones jurídicas, mercantilistas civiles o penales a su cliente.

4.1.2. Evolución y situación actual del sector en España

Para analizar la evolución estos últimos años del sector de las asesorías y de las gestorías en España se ha utilizado la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). El código CNAE² es un criterio que asigna un código numérico a cada una de las actividades económicas que existen actualmente en (Martínez, 2018). El código que corresponde al sector del asesoramiento empresarial es el 6920: Actividades de Contabilidad, Teneduría de Libros, Auditoría y Asesoría fiscal. Este conjunto de actividades pertenece al grupo 69 del CNAE: Actividades jurídicas y de contabilidad (CNAE 2009: 69).

A continuación, se muestra en la Tabla 1 (con datos nacionales), el número total de empresas en España dadas de alta con el código de CNAE 6920.

Tabla 1

Número total de empresas en España dadas de alta con el código CNAE 6920

Años	2020	2019	2018	2017	2016
Número de empresas	68.288	69.602	67.991	67.487	66.093

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

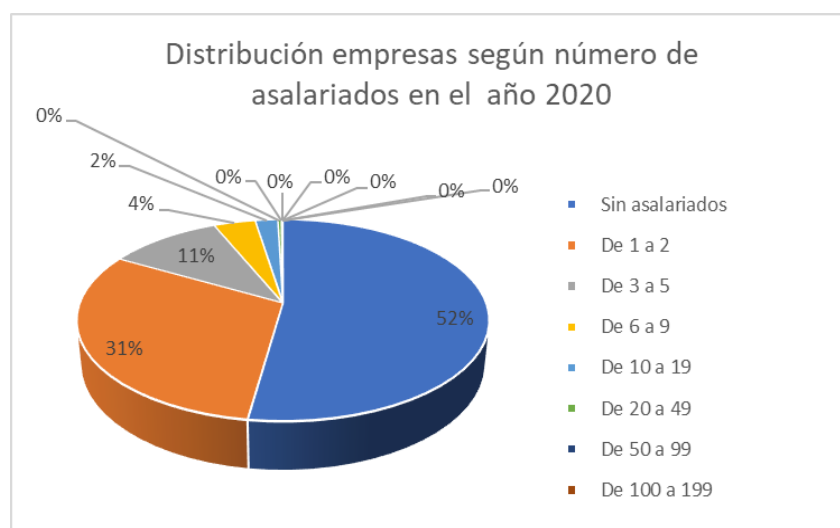
² Clasificación Nacional de Actividades (CNAE) – El CNAE tiene su origen en un Reglamento Comunitario que pretende que las empresa, las instituciones financieras, los Gobiernos y todos los demás agentes económicos del mercado único dispongan de datos estadísticos comparables y fiables. Disponible en: <http://www.pymesyautonomos.com/fiscalidad-y-contabilidad/en-que-se-diferencia-el-iae-del-cnae>

Se puede destacar que, en el año 2017, el número de empresas dedicadas al asesoramiento fiscal, actividades de contabilidad y auditoría aumentó un 2,11% en comparación al año 2016. En el año 2018 el número de empresas dedicadas al asesoramiento aumentó un 0,75% en comparación al año 2017 y en el año 2019 el número de empresas dedicadas al asesoramiento aumentó un 2,37% en comparación al año 2018. Se puede extraer de la tabla 1, que en el año 2020 1.314 empresas dedicadas al asesoramiento fiscal, actividades de contabilidad y auditoría se han dado de baja en comparación al año 2019, haciendo que en el año 2020 hubiera un total de 68.288 empresas dadas de alta con el código CNAE 6920. A pesar de esta disminución de empresas, en comparación al año 2016 hay un total de 2.195 empresas más en el sector.

Por lo tanto, podemos concluir que dentro del sector hay muchas empresas y, por lo tanto, significa, que es un sector muy competitivo.

Otro aspecto que hay que tener en cuenta para poder analizar el sector de las asesorías y gestorías en España, es el número de asalariados que cuenta cada empresa.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

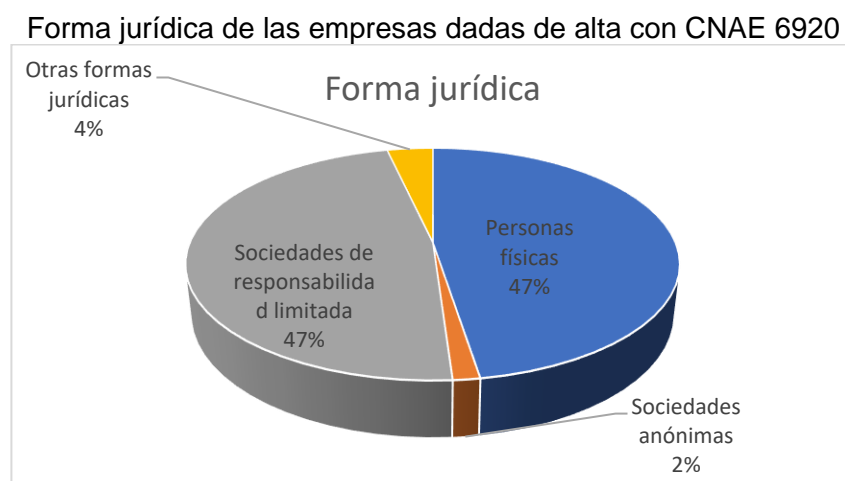
Como se puede apreciar en el gráfico 1, de las 68.288 empresas españolas que habían dadas de alta con el código CNAE 6920 en el año 2020, un 52,30% de las empresas no tenían personal asalariado, es decir, eran personas autónomas que trabajaban por su cuenta. Del gráfico 1, se puede extraer también, que un 30,81% de las empresas del sector tenían de 1 a 2 personas contratadas y un 10,48% de las empresas tenían de 3 a 5 personas asalariadas.

Por lo tanto, podemos concluir que en el sector de las asesorías y gestorías el 97,44% de las empresas en el sector son consideradas microempresas, un 2,41% de las

empresas son consideradas pequeñas empresas y un 0,10% de las empresas son consideradas medianas empresas.

Otro aspecto importante que hay que tener en cuenta es la modalidad legal que los profesionales o las sociedades han escogido dentro del sector de las asesorías y de las gestorías. A continuación, se muestra en el gráfico 2 la forma jurídica que adoptan las empresas dadas de alta en el epígrafe del CNAE 6920.

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2021

Como se puede apreciar en el gráfico anterior el 47,49% de las gestorías optan por constituir la empresa como sociedad limitada. En segundo lugar, un 47,45% son personas físicas, es decir, autónomos que se ponen por su cuenta, de ahí que haya tantas empresas en el sector sin personal asalariado.

4.2. Concepto y características de las TIC

Este trabajo se basa principalmente en analizar el impacto que tienen las TIC en el sector de las asesorías y de las gestorías. Una vez definido y analizado el sector, es importante definir que son las TIC y cuál es su función.

Según (Huidobro, 2007), Las TIC "Son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la más variada, a través de un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento de la información" (Sotomayor, 2017) .

Es decir, las TIC son todas aquellas herramientas que nos permiten hacer un mayor manejo de la información y nos permiten una mayor agilidad para comunicarnos.

Ejemplos de TIC podrían ser, por ejemplo, los teléfonos móviles, la televisión, las tabletas, los ordenadores, la radio etc.

Su principal función consiste en facilitar el acceso a la información de una manera rápida y sencilla. El fácil acceso a la información es debido a la digitalización de la información, lo que permite, que la información sea almacenarla en grandes cantidades y, por ende, permite a los usuarios tener un acceso inmediato a la información.

Las TIC, permiten que la información sea compartida instantáneamente y además permiten tener una comunicación bidireccional, es decir, que mediante las redes sociales los usuarios puedan tener comunicación con dos o más personas a la vez.

4.2.1. Historia y evolución de las TIC

La comunicación es una necesidad que tiene el ser humano desde sus orígenes. El objetivo de poder intercambiar información, proyectos, ideas, sentimientos y pensamientos son los factores que han influenciado y contribuido a que hayan aparecido nuevas formas de comunicarnos.

Debido a la aparición de las nuevas tecnologías y su evolución han hecho que hayan aparecido nuevas formas de comunicarnos y sociabilizarnos, pero no siempre ha sido así, por ello, a continuación vamos a analizar y ver cual ha sido la evolución de las TIC a lo largo de la historia en base a un artículo que se publicó en el año 2018 y cuyos autores fueron expertos procedentes de la Universidad Internacional de Valencia realizado en el año 2018 (Universidad Internacional de Valencia, 2018).

Por ello, hay que destacar en la historia de las TIC los siguientes acontecimientos importantes que se van a exponer a continuación (Bonilla Amado, 2012):

En el siglo XIX

- En el año 1833, Charles Babbage diseñó una máquina procesadora capaz de ejecutar programas de computación.
- En el año 1837, Samuel Morse creó el telégrafo³
- En el año 1876, Alexander Graham Bell patentó el teléfono.
- En el año 1877, Thomas Edison inventó el fonógrafo⁴.

³ Telégrafo – Según la Real Academia Española, el Telégrafo es un sistema de comunicación que permite transmitir con rapidez y a distancia mensajes codificados. Disponible en: <https://dle.rae.es/tel%C3%A9grafo>.

⁴ Fonógrafo – Según la Real Academia Española, el fonógrafo era un aparato que registraba y reproducía las vibraciones de cualquier sonido en un disco o cilindro. Disponible en: <https://dle.rae.es/fon%C3%B3grafo>.

En el siglo XX

- En el año 1901, Marconi consiguió transmitir señal de radio desde Comualles hasta Terranova.
- En el año 1906, se realizó la primera transmisión de radio.
- En el año 1925, se transmitió la primera señal de televisión.
- En el año 1927, La BBC⁵ y la CBS⁶ efectuaron las primeras emisiones públicas de televisión.
- En el año 1943, Alan Turing construyó el Colossus⁷.
- En el año 1947, John Presper Eckert y John W. Mauchly desarrollaron el primer ordenador electrónico.
- En el año 1951, Howard Aiken Sperry-Rand Corporation creó el primer ordenador comercial, el UNIVAC 1.
- En el año 1957, apareció el primer videograbador doméstico.
- En el año 1958, Alexander Graham Bell fabricó el primer módem⁸
- En el año 1974, apareció el primer ordenador de sobremesa llamado Altair 8800
- En el año 1975, Steve Jobs y Steven Wozniak fabricaron el primer ordenador Apple.
- En el año 1991, se hizo oficial la World Wide Web⁹
- En el año 1992, Motorola creó el primer móvil digital portátil y ya habían 1.000.000 de usuarios conectados a internet
- En el año 1997, hizo su aparición Google.

⁵ La British Broadcasting Corporation (BBC) – La BBC es el servicio público de radio y televisión del Reino Unido. Disponible en: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b006qnj3>

⁶ La Columbia Broadcasting System (CBS) – La CBS es una cadena de televisión abierta estadounidense. Disponible en: <https://www.cbsnews.com/>

⁷ Colossus – El Colossus fue uno de los primeros dispositivos calculadores electrónicos usados por los británicos para leer las comunicaciones cifradas alemanas durante la Segunda Guerra Mundial . Disponible en: <https://histinf.blogs.upv.es/2011/12/19/la-maquina-colossus/>

⁸ Módem – El Módem es un aparato utilizado en la informática para convertir las señales digitales en analógicas y viceversa, de modo que puedan ser transmitidas de forma inteligente. Disponible en: <https://dle.rae.es/m%C3%B3dem>

⁹ La World Wide Web (WWW)- La WWW es un sistema interconectado de páginas web públicas accesibles a través de internet. Disponible en: https://developer.mozilla.org/es/docs/Glossary/World_Wide_Web

En el siglo XXI

- En el año 2003, se lanzó la primera red social profesional llamada LinkedIn.
- En el año 2004, apareció Facebook.
- En el año 2005, se creó YouTube.
- En el año 2006, apareció Twitter y Badoo.
- En el año 2007, hizo su primera aparición iPhone
- En el año 2009, se creó WhatsApp.
- En el año 2010, apareció Instagram

Podemos observar como las Tecnologías de la información y de la comunicación surgieron aproximadamente a partir de la invención del telégrafo en el año 1837. A lo largo de la historia podemos observar como las señales y las herramientas TIC han ido evolucionando con el objetivo de poder ajustarse a las necesidades de comunicación del ser humano (Bonilla Amado, 2012)

Aunque es arriesgado hacer predicciones sobre el futuro de las TIC la popularización de los aparatos inteligentes apunta a que la interconexión será aún mayor que ahora. Existen autores que dicen que cabe la posibilidad de que parte de estas herramientas de comunicación acaben implantándose en el cuerpo humano haciendo de esta manera, que sea innecesario que haya aparatos externos (Montano, 2020)

4.3. El impacto de las TIC en la sociedad actual

Como hemos podido observar en el apartado anterior, a partir del año 1990 ya empezaron a haber muchos usuarios conectados a internet, lo que implicaba que ya no solo los privilegiados tenían acceso a las herramientas TIC, sino que podía acceder cualquier persona debido a que los avances tecnológicos permitían que cada vez las TIC fueran más accesibles y económicas. La integración de las TIC en la sociedad ha tenido un impacto en nuestras vidas, transformando la sociedad en una nueva sociedad conocida como la “Sociedad de la información”. Las TIC han interferido en todas las facetas de la vida cotidiana de las personas debido a que han afectado en el ámbito educativo, en la cultura, en la economía, en la política y en la manera que tenemos ahora de comunicarnos. A continuación, vamos a señalar los diferentes impactos positivos que han tenido las TIC en nuestra sociedad.

Principalmente, las TIC han supuesto para la sociedad, que los límites geográficos desaparezcan y que podamos ver y oír personas y/o acontecimientos como si estuvieran sucediendo en el mismo lugar y en el mismo momento a pesar de que estas sean distantes en el espacio o en el tiempo (PsicoTools, s.f.).

Las TIC también han modificado la manera de trabajar y de estudiar ya que han permitido que podamos trabajar y estudiar desde cualquier lugar sin necesidad de estar en el lugar de trabajo y/o de estudio. Esta nueva manera de trabajar se conoce como teletrabajo y debido al COVID-19, muchas empresas se han visto obligadas a implementarlo. En España, a finales del cuarto trimestre del 2020 teletrabajaban 2,86 millones de personas, un 74% más que el año 2019 (Urdiales, 2021).

En el caso de la educación, gracias a las TIC, se han podido desarrollar clases virtuales y han surgido espacios colaborativos con el objetivo de poder hacer cursos online, lo que ha permitido, que la sociedad tenga más facilidades para aprender y que la sociedad pueda obtener información muy diversa y variada.

Las TIC han influenciado también en la forma que tiene la sociedad de comunicarse, ya que, las TIC han causado que hayan surgido nuevas maneras de comunicarnos y relacionarnos permitiendo que podamos comunicarnos de manera instantánea mediante mensajes de texto, videoconferencias y llamadas.

El impacto de las TIC en la sociedad no solo ha sido positivo, sino que también ha proporcionado una serie de desventajas en la sociedad como, por ejemplo, la aparición de nuevas adicciones. Con el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación ha aparecido la adicción a ellas, utilizándolas de una manera compulsiva, repetida y prolongada llevando a la incapacidad de los usuarios para controlar o interrumpir su consumo. Han aparecido diferentes tipos de adicciones relacionadas con las TIC como, por ejemplo, la dependencia a las redes sociales, la dependencia a la mensajería instantánea, la adicción a los juegos online, el infosurfing¹⁰ y la compra compulsiva por internet (Eroles, 2017).

También la aparición de las TIC ha hecho aparecer el síndrome FOMO¹¹, un síndrome que se caracteriza por hacer sentir a los individuos que su vida es mucho menos interesante que la de sus conocidos, lo que causa un sentimiento de inferioridad.

Otro aspecto negativo a destacar es que las TIC han afectado a la seguridad de las personas ya que han proporcionado a los estafadores una gran variedad de datos personales, por lo tanto, hay que tener cuidado con la privacidad de los datos.

¹⁰ Infosurfing – Navegación' continua y prolongada por Internet sin objetivos claros. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/salud/psiquiatria/20141127/54420791908/tic-nuevas-adicciones-salud.html>

¹¹ *Fear of missing out*, «temor a dejar pasar» (FOMO)- El síndrome FOMO es una patología psicológica descrita como «una aprensión generalizada de que otros podrían estar teniendo experiencias gratificantes de las cuales uno está ausente. Disponible en: <https://www.dictionary.com/browse/fomo>

4.4. Herramientas TIC en las empresas españolas

En el siguiente apartado se va a analizar las diferentes herramientas TIC que se pueden implementar en las empresas españolas y el impacto que tienen en la empresa.

Según el informe ePyme2019, las herramientas TIC se dividen en cuatro bloques de información.

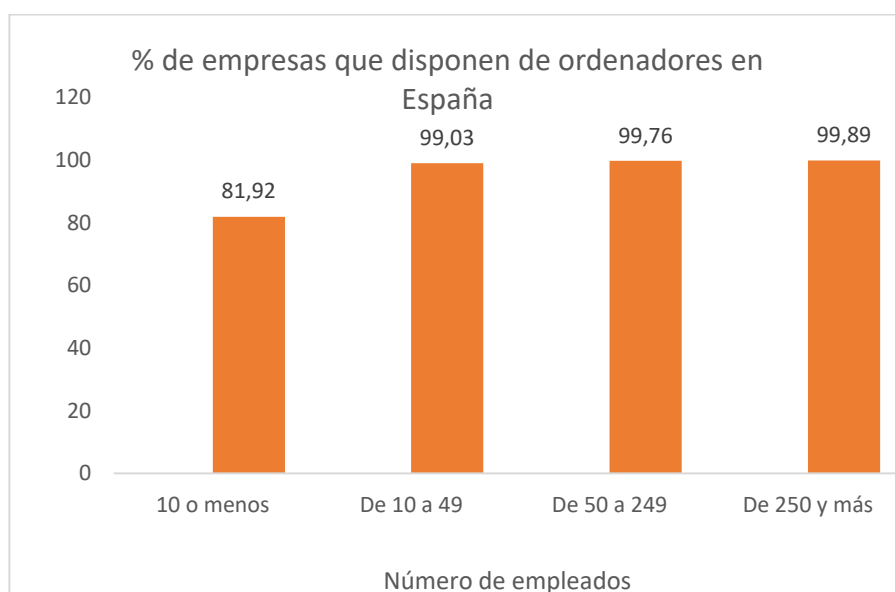
- 1- Infraestructuras básicas y de conectividad.
- 2- Presencia y uso de internet
- 3- Comercio electrónico
- 4- Uso de tecnologías clave

4.4.1. Infraestructuras básicas y de conectividad

Las herramientas TIC que se encuentran dentro del bloque de infraestructuras básicas y de conectividad son el **teléfono móvil**, el **ordenador** y la **conexión a internet**. Estas tres herramientas suponen para las empresas herramientas esenciales para poder llevar a cabo un correcto desarrollo y funcionamiento de la actividad.

En España, en el año 2018 según el Instituto Nacional de Estadística el 81,5% de las empresas tenían banda ancha móvil lo que significa que disponían de teléfono móvil. En el caso del teléfono fijo en el año 2018 el 95% de las empresas españolas disponían de teléfono fijo.

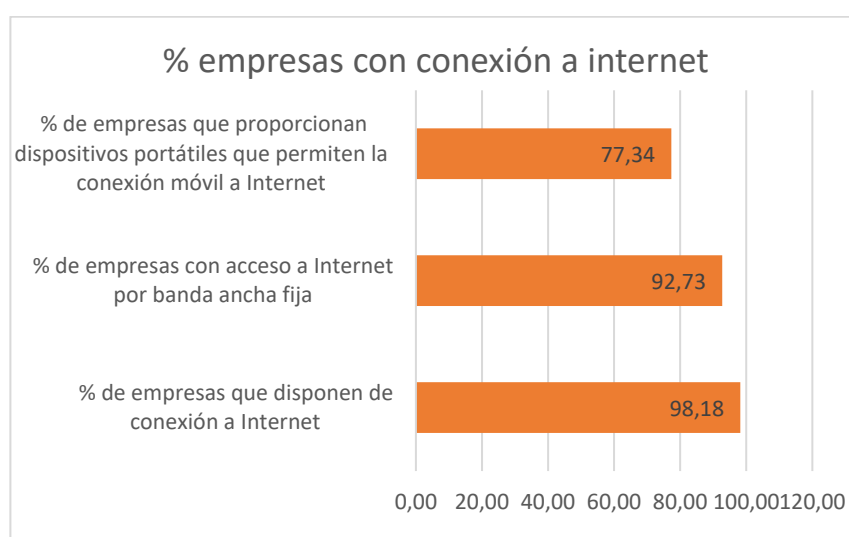
Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico 3, podemos observar que en el año 2020 el 81,92% de las empresas con 10 o menos empleados disponían de ordenador. En el caso de las empresas que tenían entre 10 y 49 empleados el 99,03% de las empresas utilizaban ordenador y en el caso de las empresas que tenían entre 50 y 249 o más de 250 empleados un 99,76% y un 99,89% de las empresas respectivamente utilizaban ordenadores. Podemos concluir que el uso de ordenadores en la empresa es muy frecuente y que cuanto mayor es el número de empleados, mayor es el uso de ordenadores en las empresas.

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

En referencia a la conexión a internet, si observamos el gráfico 4, podemos observar que en el año 2020 un 77,34% de las empresas españolas proporcionan dispositivos portátiles que permitían la conexión móvil a internet lo que significa que había un total del 77,34% de empresas que proporcionaban teléfonos móviles a sus empleados. También, podemos extraer del gráfico 4 que un 92,73% de las empresas españolas tenían acceso a internet por banda ancha fija y un 98,18% de las empresas españoles disponían de conexión a internet.

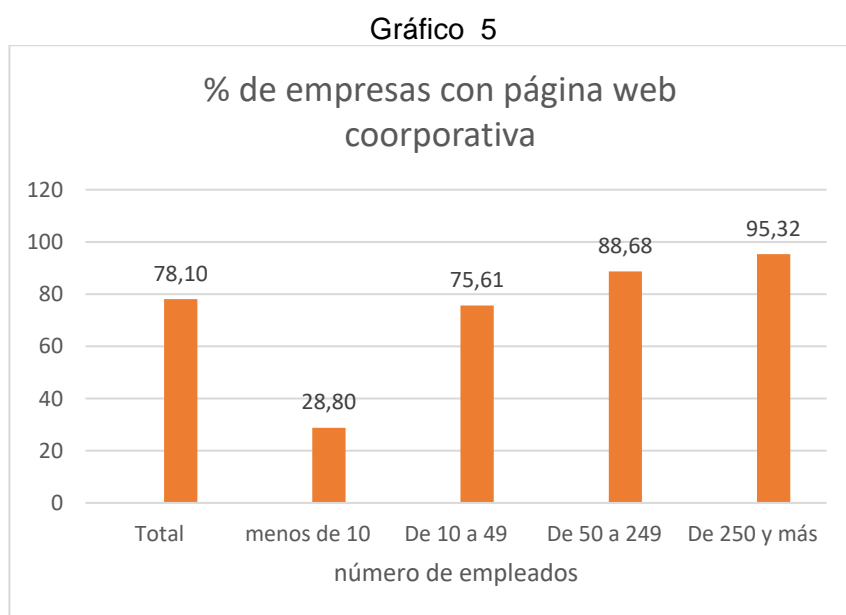
4.4.2. Presencia y uso de internet

Las herramientas TIC que se encuentran dentro del bloque “Presencia y uso de internet”, hacen referencia a las siguientes herramientas TIC, a la disponibilidad de la empresa de tener **página web corporativa**, el **uso de medios sociales** de la empresa, la

implementación de **publicidad dirigida** para captar nuevos clientes y llevar a cabo **trámites on-line con las administraciones públicas**.

4.4.2.1. Página web corporativa

La página web corporativa es un tipo de web que tiene como objetivo dar a conocer toda la información que esté relacionada con la empresa a los usuarios o clientes que estén conectados a internet. El objetivo principal de crear una página web corporativa no es con la finalidad de vender, sino que consiste en querer tener presencia y visibilidad en internet proporcionando contacto con los clientes y dando a conocer la empresa.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico 5, podemos observar cómo en el año 2020 el 78,10% del total de empresas en España utilizaban página web corporativa, en referencia a las empresas con menos de diez empleados el 28,80% disponían de página web. En el caso de las empresas que tenían entre 10 y 49 empleados el 75,61% de las empresas disponían de página web corporativa, y en el caso de las empresas que tenían entre 50 y 249 o más de 250 empleados un 88,68% y un 95,35% de las empresas respectivamente disponían de página web corporativa. Por lo tanto, podemos concluir que, a mayor número de empleados, mayor es la disponibilidad de las empresas de tener página web corporativa. que hacen las empresas

La página web corporativa hace que las empresas tengan ventajas frente a sus competidores ya que el hecho de disponer de un sitio web supone para la empresa que

todos sus posibles clientes lleguen a conocer la empresa de manera rápida e instantánea aportando **más visibilidad**. Además, la página web corporativa **aporta confianza a los usuarios** debido a que actualmente los clientes antes de comprar un producto o contratar un servicio se informan por internet, y el hecho de disponer de página web, genera al cliente más confianza y a su vez, da una imagen a la empresa de **profesionalidad, credibilidad y de actualidad**.

4.4.2.2. Uso de medios sociales

Los medios sociales son todas aquellas plataformas de comunicación a través de internet que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario. Estas aplicaciones se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 como, por ejemplo, los foros, las redes sociales, blogs etc., (Scharrenberg, 2011).

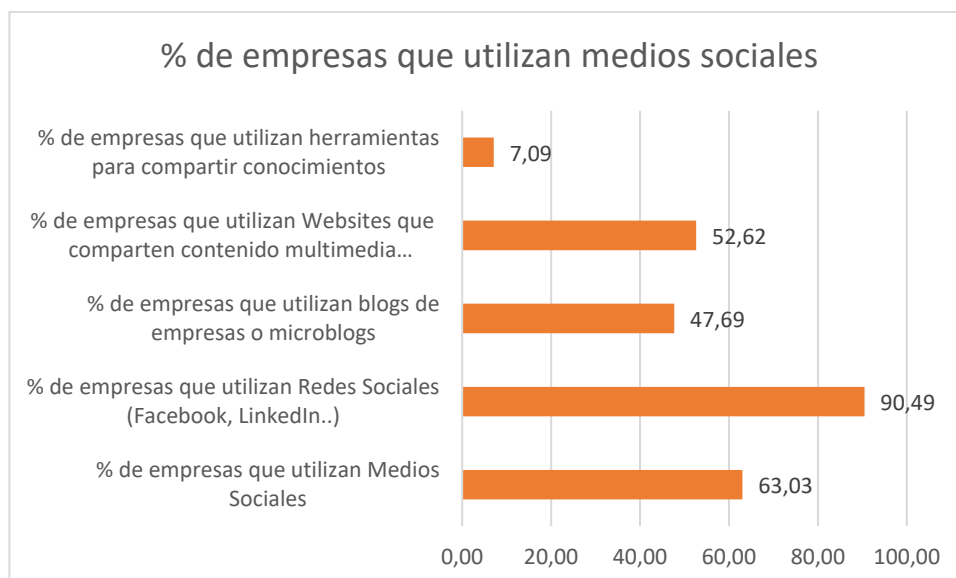
Según (Foreman, 2017) existen diferentes tipos de medios sociales que se categorizan en función del uso que les da el usuario aportando de esta manera diferentes beneficios a las empresas. Los diferentes tipos de medios sociales que existen son los siguientes:

1. Las **Redes sociales**. Las redes sociales, como por ejemplo *Facebook*, sirven para conectar con la gente en la red. Para las empresas hacer uso de redes sociales puede ser un beneficio ya que mediante las redes sociales las empresas pueden hacer investigación de mercados, establecer relaciones con sus clientes entre otras.
2. Las **Redes de intercambio de contenido multimedia**. Las redes de contenido multimedia, como por ejemplo *YouTube*, tienen como función compartir videos, videos en vivo y fotos. Las empresas hacen uso de este tipo de redes para crear reconocimiento de marca y que su audiencia participe con la empresa.
3. Los **foros de debate**. Los foros de debate, como por ejemplo *Reddit*, se utilizan para buscar, analizar y compartir noticias, información y opiniones. Para las empresas estas redes pueden suponer una buena plataforma para hacer investigación de debate y también poder publicitarse.
4. Las **redes de marcadores y organización de contenido**. Las redes de marcadores, como por ejemplo *Pinterest*, se usan para descubrir, guardar y compartir o analizar contenido. Para las empresas este tipo de redes sociales son efectivas para impulsar el reconocimiento de marca.
5. Las **redes de reseña de consumidores**. Las redes de reseña, como por ejemplo *Google Reseñas*, se usan para buscar, opinar y compartir información

sobre marcas, productos y servicios. Para las empresas las opiniones positivas pueden suponer tener muchos más clientes.

6. Las **redes de blogueo, publicación y redes anónimas**. Este tipo de redes, como por ejemplo *WordPress*, se usa para publicar, descubrir y comentar contenido en línea. Para la empresa es una manera de poder generar ventas y comunicarse con su audiencia.
7. Las **redes sociales de compra**. Las redes sociales de compra, como por ejemplo *Amazon*, se utiliza para realizar compras y/o descubrir tendencias. Este tipo de redes puede suponer para la empresa el hecho de vender productos a través de nuevos canales.
8. Las **redes basadas en intereses**. Las redes basadas en intereses, como por ejemplo *Goodreads* sirven para conectar al usuario con gente que tiene intereses comunes. Para la empresa, si hay una red dedicada al servicio o producto que ofrece, este tipo de redes pueden ser un excelente método para comunicarse con posibles clientes y generar reconocimiento.
9. Las **redes de consumo colaborativo**. Las redes de consumo colaborativo, como por ejemplo *Airbnb*, sirven para anunciar, buscar, compartir y comercializar un producto o servicio. Para la empresa este tipo de plataformas sirven para poder ofrecer su producto o servicio y de esta manera, llegar a más clientes.

Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

En referencia al uso de medios sociales, si observamos el gráfico 6, podemos observar que en el año 2020 un 63,03% del total de empresas en España hicieron uso de medios

sociales. De este 63,03%, un 7,09% hicieron uso de los medios sociales para compartir conocimientos, un 52,62% de las empresas hicieron uso de los medios sociales para tener presencia en blogs o micro blogs y en el caso de las Redes sociales, un 90,49% de las empresas que hicieron uso de medios sociales, utilizaron las redes sociales, por lo tanto, podemos extraer también, que los medios sociales más utilizados son los de comunicación, en este las **redes sociales** y las **redes de intercambio de contenido multimedia**.

La asociación de publicidad, marketing y comunicación digital en España presentó un estudio anual de redes sociales, dicho estudio nos dice que el 87% de los usuarios de internet (internautas) de 16 a 65 años utilizan redes sociales, lo que representa casi 26 millones de usuarios en España. Además, dicho estudio indica que las redes sociales que más se utilizan son WhatsApp donde lo usan un 85% de los internautas, seguida de Facebook con un 81%, YouTube con un 70% y en cuarto lugar Instagram con un 59%. Uno de cada tres internautas declara que las marcas que tienen perfil en Redes Sociales les genera más confianza ya que de esta manera tienen más facilidades para comunicarse (IAB SPAIN, 2020).

4.4.2.3. Publicidad dirigida

La publicidad dirigida es un mecanismo de publicidad que permite segmentar al público objetivo. Esta segmentación tiene en cuenta los intereses que han mostrado previamente el público objetivo en internet. Actualmente, existen múltiples herramientas que permiten obtener los datos de los internautas como, por ejemplo, las encuestas online y la geolocalización. Para las empresas el hecho de implementar la publicidad dirigida supone un ahorro de tiempo y de dinero ya que de esta manera la empresa puede conocer los hábitos y demanda de sus clientes y en consecuencia potenciar las ventas (Bramis, 2018).

Según una encuesta que hizo el Instituto Nacional de Estadística en el primer trimestre del año 2019 (INE, 2019) un 11,59% del total de empresas en España hacían uso de la publicidad dirigida. Del 11,59% de las empresas que utilizan publicidad dirigida, un 67,15% utilizan publicidad de buscadores. La publicidad de buscadores es el uso de palabras claves que utilizan los internautas en el momento de realizar una búsqueda por internet.

De todas las empresas que utilizan publicidad dirigida, un 27,58% utilizan publicidad basada en el rastreo de actividades anteriores que han llevado a cabo los internautas y un 33,53% han utilizado la publicidad basada en la geolocalización de los internautas.

Podemos concluir, que el uso de la publicidad dirigida puede suponer una herramienta TIC económica y útil, además, puede suponer una ventaja competitiva frente a los competidores ya que en España actualmente muy pocas empresas utilizan esta herramienta de publicidad.

4.4.2.4. Trámites on-line con las administraciones públicas

Las tecnologías de la información y de la comunicación están haciendo posible que los procedimientos de la Administración Pública y la interacción con los ciudadanos sea cada vez más rápida y eficiente.

Como hemos podido observar en los anteriores apartados cada vez más empresas y más ciudadanos hacen uso de las nuevas tecnologías, por ello, la Administración debe de ser capaz de adaptarse de manera ágil a las nuevas demandas. Por ello, ha de emprender una transformación integral y convertirse en una Administración Digital.

Por ello, en el *plan de transformación digital de la Administración General del Estado y sus organismos públicos* elaborado en el año 2015 (DTIC, 2015) se introducen 5 objetivos estratégicos que la Administración General del Estado pretende impulsar en los siguientes años, estos son los siguientes:

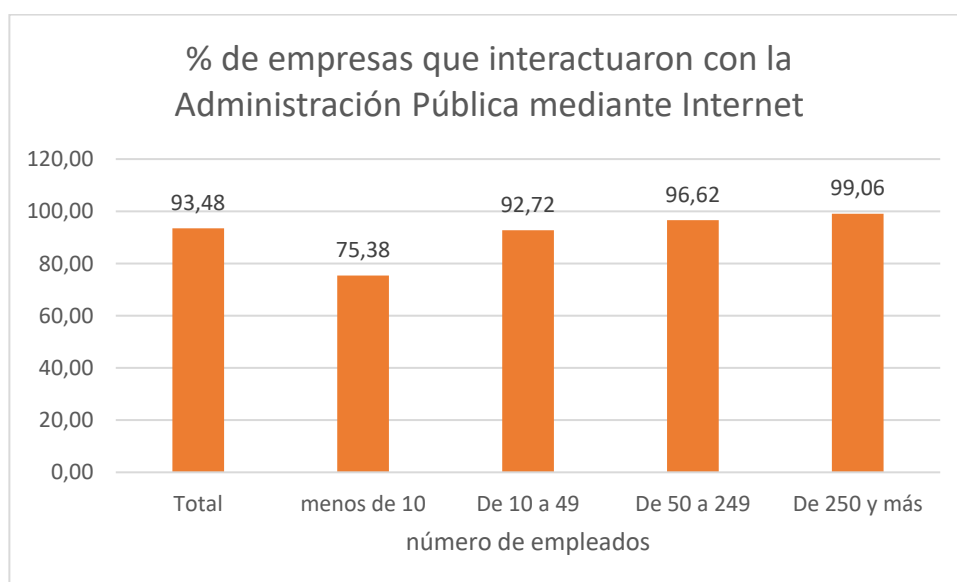
- 1- **Incrementar la productividad y el funcionamiento interno** de la Administración, desarrollando nuevos procedimientos de trabajo más ágiles y flexibles. Las líneas de acción que pretende llevar a cabo la administración para cumplir dicho objetivo son las de transformar los procesos de gestión internos en electrónicos y desarrollar puestos de trabajo digitales.
- 2- **Profundizar en la transformación digital** de las administraciones públicas, convirtiendo el canal digital en el preferente. Las líneas de acción que pretende llevar a cabo la administración para cumplir dicho objetivo son las de proveer servicios públicos digitales adaptados a las nuevas tecnologías, mejorar la satisfacción del usuario en el uso de los servicios públicos digitales y promover la innovación en la prestación de servicios.
- 3- **Conseguir una mayor eficiencia en los servicios TIC de la Administración**, obteniendo sinergias por el uso de medios y servicios compartidos que permita derivar recursos para la innovación y la ampliación de los servicios. La línea de acción que pretende llevar a cabo la administración para cumplir dicho objetivo es la de proveer de manera compartida servicios comunes.
- 4- **Implantar una Gestión Corporativa Inteligente de la información y los datos**, que permita capitalizar ese activo mejorando la eficiencia de la

Administración y en beneficio de los ciudadanos. Las líneas de acción que pretende llevar a cabo la administración para cumplir dicho objetivo son las de publicar la información disponible para los ciudadanos y empresas y también, disponer de sistemas de análisis de datos para la toma de decisiones.

- 5- **Adoptar una estrategia corporativa de seguridad y usabilidad de los servicios públicos digitales** para aumentar la confianza en ellos y fomentar su uso. La línea de acción que pretende llevar a cabo la administración para cumplir dicho objetivo es la de garantizar la seguridad de los sistemas de información de la Administración General del Estado y sus organismos públicos.

Debido a la estrategia TIC que ha implementado la Administración Española, en la actualidad, España se encuentra en los primeros puestos de la Unión Europea en disponibilidad de servicios públicos online, según informó la ONU. Actualmente las tecnologías de la información y las comunicaciones están muy integradas en la Administración Pública y actualmente los ciudadanos y las empresas, prefieren la vía electrónica para relacionarse con la administración, debido a que esta resulta sencilla y además aumenta la productividad de los empleados públicos. Según el Instituto Nacional de Estadística actualmente el 98,20% de empresas, utilizan firma digital para comunicarse con la Administración Pública.

Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico 7, podemos observar cómo en el año 2020 un 93,48% del total de empresas en España interactuaron con la Administración Pública mediante internet. En referencia a las empresas con menos de diez empleados el 75,38% de las empresas interactuaron con la Administración Pública mediante internet. En el caso de las empresas que tenían entre 10 y 49 empleados el 92,72% de las empresas interactuó con la Administración Pública mediante internet y en el caso de las empresas que tenían entre 50 y 249 o más de 250 empleados un 96,62% y un 99,06% de las empresas respectivamente interactuaron con la Administración Pública mediante internet, lo que concluimos, que actualmente la interacción con las Administraciones Públicas mediante Internet está en auge y debido a los planes estratégicos TIC de la administración, el porcentaje de las empresas que hagan uso del internet para interactuar con la administración pública se verá incrementado en los próximos años.

4.4.3. Comercio electrónico

El comercio electrónico son todas aquellas transacciones comerciales que se llevan a cabo utilizando internet. (Molina, 2020).

Según *El observatorio Cetelem eCommerce* del año 2020 la pandemia del COVID-19 ha afectado a la manera de consumir de la sociedad y la mayoría han realizado y aumentado las compras por internet. El gasto medio de los internautas ha ascendido a 2.103€, un gasto similar al del año 2019 que fue de 2.098€. Lo que significa que cada vez más el comercio electrónico está en auge y los consumidores prefieren comprar por internet. (Marsán, 2020)

Existen diferentes tipos de comercio electrónico en función de quien sea el vendedor y el comprador como, por ejemplo:

- **B2B:** El B2B es un tipo de comercio electrónico donde una empresa vende a otra empresa.
- **B2C.** El B2C es un tipo de comercio electrónico donde la empresa vende al consumidor mediante la página web online
- **C2C.** El C2C es un tipo de comercio electrónico donde los consumidores venden a los consumidores.
- **C2B.** El C2B es un tipo de comercio electrónico que se caracteriza por ser los consumidores finales los que venden sus productos directa o indirectamente a las empresas como, por ejemplo, YouTube donde son los clientes quien ofrecen reseñas o enlaces a tiendas online para la compra de productos.

El comercio electrónico ofrece numerosas ventajas como, por ejemplo, mayor conectividad en los hogares mejorando la experiencia del usuario, reduce el tiempo de compra de los consumidores, permite al usuario comprar fácilmente productos y servicios y además, existe una mayor cultura digital, lo que implica, que el internauta ya está familiarizado con el uso de las tecnologías. A nivel estratégico para la empresa, es más fácil y rápido mediante el comercio electrónico implementar acciones de captación y fidelización de clientes basadas en descuentos, cupones, cashbacks... (Molina, 2020).

4.4.4. El uso de tecnologías clave

El informe ePyme2019 cuando hace referencia al uso de tecnologías clave como herramienta TIC se refiere al **uso de servicios de *Cloud Computing*, Análisis de *Big Data*, sistemas de ciberseguridad** utilizados y uso de **herramientas de gestión de negocio (ERP)** y de **gestión de información de clientes (CRM)**.

A continuación, se va a detallar en que consiste cada una de estas herramientas TIC que han implementado las empresas españolas.

4.4.4.1. Cloud Computing

El Cloud computing es una tecnología que permite a la empresa o a los usuarios tener acceso remoto a softwares, almacenamiento de archivos y procesamiento de datos mediante el uso de Internet, es decir, no hay necesidad de instalar ningún programa informático en el dispositivo que se vaya a usar como, por ejemplo, el ordenador.

Proporciona a las empresas mayor flexibilidad en relación con sus datos e informaciones, ya que se pueden acceder en cualquier lugar y a cualquier hora (Salesforce.com, inc, 2017).

Se caracteriza por ser un servicio TIC que permite a cualquier empresa almacenar archivos sin ocupar espacio en sus dispositivos y que todos los usuarios de una misma empresa trabajen íntegramente al hacer uso de una misma aplicación. Además, existe la posibilidad de acceder desde cualquier lugar y hora independientemente de la pérdida o daños de los dispositivos, lo que garantiza a las empresas una mayor seguridad y comodidad el saber que los archivos se encuentran en un espacio fiable (Salesforce.com, inc, 2017).

Según IBM, actualmente existen diferentes modelos de servicios “Cloud”;

- El modelo **SaaS**. El modelo SaaS es también conocido como el servicio de computación en la nube, son servicios que se ejecutan y son administrados por otros y están conectados a los sistemas de los usuarios a través de Internet, como, por ejemplo, el correo electrónico.
- El modelo **PaaS**. El modelo PaaS es también conocido como “plataforma como servicio”, proporciona un conjunto de infraestructuras desde aplicaciones hasta sistema de administración de base de datos que permite a las empresas evitar el gasto y la complejidad que supone comprar una licencia y una infraestructura.
- El modelo **IaaS**. El modelo IaaS es también conocido como Infraestructura como servidor. Proporciona un conjunto de infraestructuras y permite que la empresa la pueda modificar, es decir, la empresa alquila un servidor externo que puede personalizar y modificar.

-
El Informe “Cloud Computing en España 2020” elaborado por la compañía QUINT, refleja que el 70% **de las grandes compañías** entrevistadas prevén aumentar la inversión en Cloud Computing en los próximos años. Debido a la crisis sanitaria en la que nos encontramos actualmente, las compañías han visto que estas tecnologías les han ayudado en muchas funcionalidades y que durante el estado de alarma un 61,60% de las empresas entrevistadas ha afirmado que el Cloud Computing les ha ayudado en la continuidad del negocio y un 51,50% han afirmado que también les ha servido el uso del Cloud Computing para reforzar la cultura digital en la empresa. Las primeras funcionalidades del Cloud son el correo y la ofimática en un 86,30%, el almacenamiento con un 82,10%, los servidores y la capacidad de procesamiento en un 75,80% y servidores de aplicación y servidores web en un 70,5%. (Quint Group, 2020).

Tabla 2

% de empresas que adoptaron servicios de Cloud Computing

	10 o más empleados	10 o menos empleados
% de empresas que compran algún servicio de cloud computing	28,22	8,58
% de empresas que compran servicios de E-mail	79,79	68,28
% de empresas que compran servicios de Software Office	60,98	55,72
% de empresas que compran servicios de servidor de bases de datos de la empresa	70,48	65,16
% de empresas que compran almacenamiento de ficheros	77,70	81,45
% de empresas que compran aplicaciones de software financiero o contable	39,38	34,72
% de empresas que compran aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	39,92	24,67
% de empresas que compran capacidad de computacion para ejecutar el propio software de la empresa	35,66	26,63
% de empresas que compran algún servicio de Cloud Computing entregado desde servidores compartidos	69,36	77,53
% de empresas que compran algún servicio de Cloud Computing desde servidores reservados exclusivamente para su empresa	51,82	32,21

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Según el Instituto Nacional de Estadística durante el primer trimestre del 2020 solo un 8,58% de microempresas españolas compraron un servicio Cloud Computing a través de internet mientras que en el caso de las empresas con más de 10 empleados un 28,22%. En el caso de las empresas con menos de 10 empleados, de este 8,58% el 68,28% ,compraron servicios de E-mail, un 55,72% compraron servicios de Software Office, un 65,16% compraron servicios de servidor de bases de datos de la empresa, un 81,45% compraron almacenamiento de ficheros, un 34,72% compraron aplicaciones de software financiero o contable, un 24,67% compraron aplicaciones de Software para tratar información sobre clientes, un 26,63% compraron capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa, el 77,53% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado de servidores compartidos y un 32,21% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado desde servidores reservados exclusivamente para su empresa. En el caso de las empresas con más de 10 empleados, de este 28,22% el 79,79% compraron servicios de E-mail, un 60,98%

compraron servicios de Software Office, un 70,48% compraron servicios de servidor de bases de datos de la empresa, un 77,70% compraron almacenamiento de ficheros, un 39,38% compraron aplicaciones de software financiero o contable, un 39,92% compraron aplicaciones de Software para tratar información sobre clientes, un 35,66% compraron capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa, el 69,36% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado de servidores compartidos y un 51,82% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado desde servidores reservados exclusivamente para su empresa.

Podemos observar en base al informe que elaboró la compañía Quint y las estadísticas que nos muestra el Instituto Nacional de Estadística, que cuanto mayor es el número de empleados y volumen de negocio de la empresa, mayores inversiones se hacen de servicios y aplicaciones de Cloud Computing.

4.4.4.2. Big Data

El Big data es el conjunto de tecnologías que sirven para recopilar, analizar y gestionar los datos que generan los usuarios en internet. El Big Data se encarga mediante el uso de herramientas y procesos, de recopilar los datos masivos y de procesarlos con el objetivo de aprovechar las grandes cantidades de datos que hay actualmente.

Los internautas al navegar por internet generan un conjunto de datos que pueden ser beneficiosos para la empresa como, por ejemplo, los intereses, los temas que les preocupan, la manera de buscar y navegar por la red, en consecuencia, el Big Data analiza la información y la procesa para que de esta manera las empresas puedan entender mejor a los clientes y tomar decisiones acertadas e informadas (Fernández, 2021).

Mucha información de los internautas se obtiene mediante los navegadores de internet y las redes sociales. Una vez se obtiene la información, esta se tiene que extraer y procesar y una vez procesada, se tiene que almacenar en las instalaciones de la empresa o en el Cloud Computing.

Una vez extraída y analizada la información, es imprescindible hacer un correcto análisis para poder saber y entender que es lo que buscan los clientes, cuál es su comportamiento y de ahí, poder desarrollar una estrategia en función de los resultados obtenidos en el análisis. (Universia, 2021)

Según el Instituto Nacional de Estadística, en España las empresas con menos de 10 empleados, durante el primer trimestre del 2020, un 3,09% analizaron grandes fuentes de datos para su empresa, un 2,12% de las empresas realizaron análisis de Big Data con sus propios empleados y un 1,16% de las empresas realizaron Big Data mediante la contratación de otra organización para que esta realizara el análisis de los datos. Por

otro lado, durante el primer trimestre del 2020 las empresas con más 10 empleados, un 8,47% analizaron grandes fuentes de datos para su empresa, un 6,31% de las empresas realizaron análisis de Big Data con sus propios empleados y un 6,62% de las empresas realizaron Big Data mediante la contratación de otra organización para que esta realizara el análisis de los datos.

4.4.4.3. Planificación de Recursos Empresariales (ERP)

La Planificación de recursos empresariales también conocido como ERP, es un tipo de software que las empresas utilizan para **administrar** actividades como, por ejemplo, contabilidad, gestión de proyectos, gestión de riesgos y el control del aprovisionamiento. Los sistemas ERP se encargan de enlazar los diferentes procesos empresariales y facilitan el intercambio de datos entre ellos proporcionando de esta manera, **integridad** entre las diferentes actividades (Oracle, s.f.).

Por ejemplo, anteriormente las empresas utilizaban diferentes programas de finanzas y de contabilidad, pero los sistemas que empleaban para ello funcionaban por separado sin comunicarse, es por ello, que lo que diferencia del software anterior al software ERP es la capacidad de unir los diferentes procesos empresariales.

El sistema de ERP supone para la empresa numerosas ventajas, la más importante, alinear los departamentos independientes y mejorar los flujos de trabajo. También, aporta ventajas empresariales específicas como, por ejemplo, información en tiempo real de la empresa, una optimización de los procesos empresariales, una mayor colaboración e integración en los procesos empresariales y una infraestructura homogénea, ya que todas las actividades tienen el mismo aspecto. (Oracle, s.f.).

Según el Instituto Nacional de Estadística, durante el primer trimestre del 2019, había un 8,04% de empresas con menos de 10 empleados que disponían de sistemas de software ERP i un 45,44% de empresas con más de 10 empleados que disponían de software ERP, esto nos hace concluir, que cuanto más grande es la empresa, más sale a cuenta invertir en la herramienta TIC de planificación de recursos empresariales.

4.4.4.4. Administración de las relaciones con los clientes (CRM)

La administración de las relaciones con los clientes es un sistema de software que se encarga de administrar las relaciones con los clientes. Un sistema CRM reúne, vincula y analiza todos los datos sobre el recorrido de un cliente específico como, por ejemplo, averiguar que es lo que quiere el cliente, la interacción que tuvo el cliente en el pasado y como serán las interacciones en el futuro logrando de esta manera el principal objetivo, que consiste en establecer relaciones sólidas, productivas y leales con los clientes fidelizándolos y en consecuencia aumentando las ventas y las ganancias. Las

principales funciones de un sistema CRM es la de **gestionar la información del cliente**, como, por ejemplo, número de teléfono, número de llamadas que ha realizado el cliente, conversaciones que ha mantenido con la empresa etc. También otra de sus funciones es la de **realizar un seguimiento de las acciones comerciales** y la de **realizar un seguimiento del cliente**, como, por ejemplo, cuales son sus gustos, que descuentos le llaman la atención etc. (Oracle, s.f.)

Según el Instituto Nacional de Estadística, durante el primer trimestre del 2019 había un 7,47% de empresas con menos de 10 empleados que disponían de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes dentro de la empresa. Del 7,47% de empresas que disponían de herramientas CRM, un 6,70% disponía de una herramienta CRM que se usaba para capturar, almacenar y compartir información sobre clientes dentro de la empresa y un 4,55% que usaban herramientas CRM para analizar la información disponible acerca de los clientes de la empresa con fines comerciales y de marketing. En referencia a las empresas con más de 10 empleados, durante el primer trimestre del año 2019 había un total de 35,48% de empresas que disponían de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes dentro de la empresa. Del 35,48% de empresas que disponían de herramientas CRM, un 33,75% disponía de una herramienta CRM que se usaba para capturar, almacenar y compartir información sobre clientes dentro de la empresa y un 25,31% que usaban herramientas CRM para analizar la información disponible acerca de los clientes de la empresa con fines comerciales y de marketing.

4.5. Las TIC en las Asesorías y gestorías

Las TIC en el ámbito laboral son el conjunto de equipos informáticos y servicios que sirven para almacenar, procesar y transmitir la información a través de medios y dispositivos digitales en un contexto de trabajo. (Aular, 2020)

Debido al cambio cultural y social el consumidor valora la rapidez y la comodidad y por ello, es imprescindible implementar las herramientas digitales que permiten cumplir con las expectativas. Los nuevos programas de software ayudan a que las empresas dentro del sector de las asesorías y de las gestorías, sean más rápidas en sus procesos productivos y que estas puedan interpretar los datos de una manera más rápida y agilizar los trámites y gestiones que tienen que llevar a cabo.

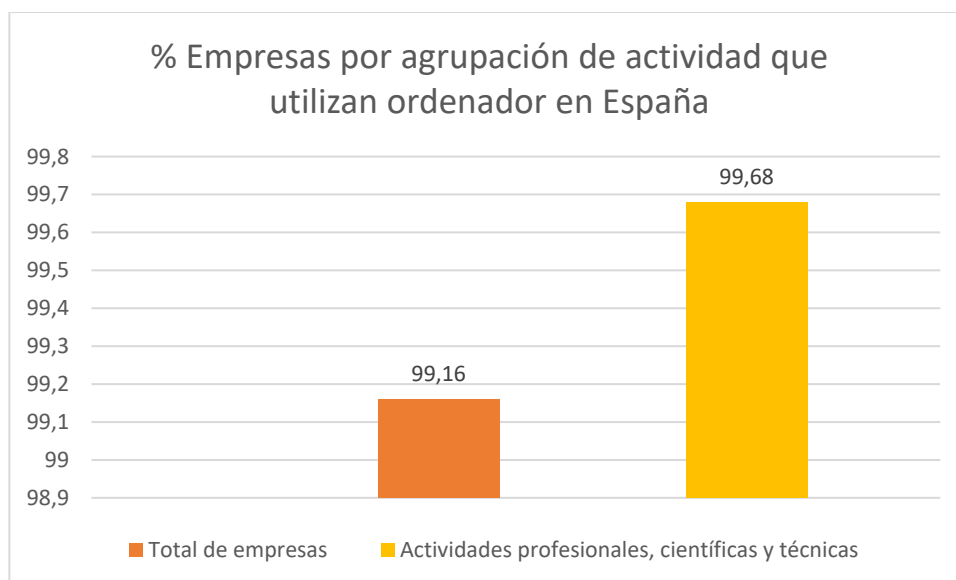
A continuación, vamos a analizar las herramientas TIC dentro del sector de las asesorías y gestorías, para de esta manera, poder elaborar correctamente un plan estratégico de una empresa que se encuentre dentro del sector. Como se ha señalado en apartados anteriores, el CNAE de las asesorías y gestorías es el CNAE número 692 "Actividades

de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesorías fiscal”. Dicho epígrafe se encuentra dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas”, por lo tanto, a continuación, se va a analizar las herramientas TIC dentro del sector de las asesorías y gestorías y se va a comparar con el total análisis de las herramientas TIC en las empresas españolas, hay que puntualizar que dicho análisis se ha elaborado en el apartado anterior, concretamente en el apartado 3.4 del presente trabajo.

4.5.1. Infraestructuras básicas y de conectividad

En referencia a las infraestructuras básicas y de conectividad, como hemos mencionado anteriormente, son aquellos dispositivos básicos como, por ejemplo, el teléfono móvil o los ordenadores que permiten a las empresas conectarse a la red.

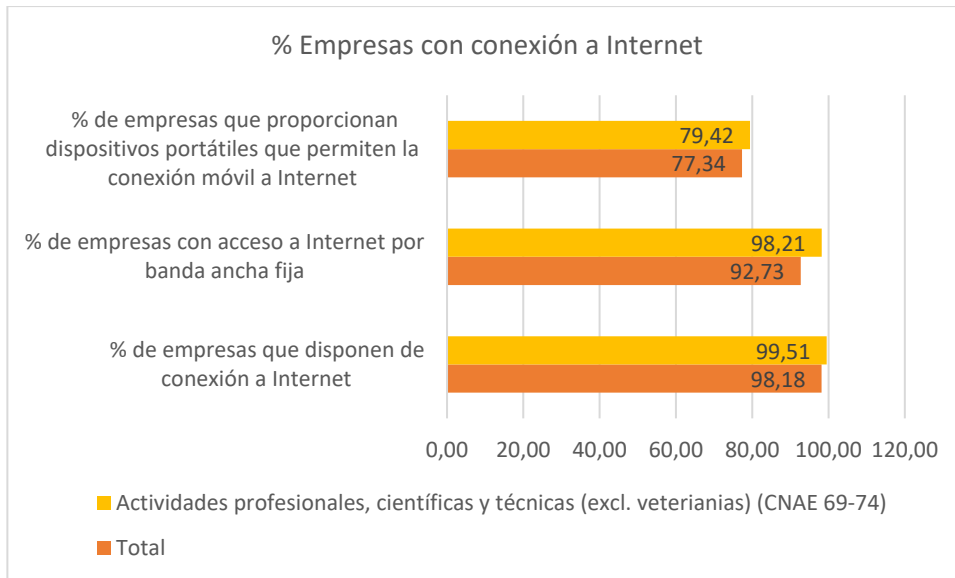
Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico 8, podemos observar que dentro del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas el 99,68% de las empresas del sector disponen de ordenadores, mientras que, si lo comparamos con el total de las empresas españolas un 99,16%, podemos observar, que casi el 100% de las empresas españolas independientemente del sector, disponen de ordenadores.

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

En referencia a la conexión a internet de las empresas, podemos extraer del gráfico anterior, que en el sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas en el primer trimestre del año 2020 el 79,42% de las empresas del sector, proporcionaron dispositivos portátiles que permitían la conexión móvil a internet mientras que del total de las microempresas españolas solo un 77,34%, es decir, 2,08 puntos porcentuales menos. En referencia al acceso a internet por banda ancha fija, un 98,21% de las empresas dentro del sector lo proporcionaron, mientras que, del total de las empresas españolas un 92,73% de las empresas, es decir, 5,48% puntos porcentuales menos. En el caso de empresas que disponían de conexión a internet durante el primer trimestre del año 2020, un 99,51% de las empresas dentro del sector disponían de conexión a internet un porcentaje muy parecido respecto al total de empresas en España que fue del 98,18%.

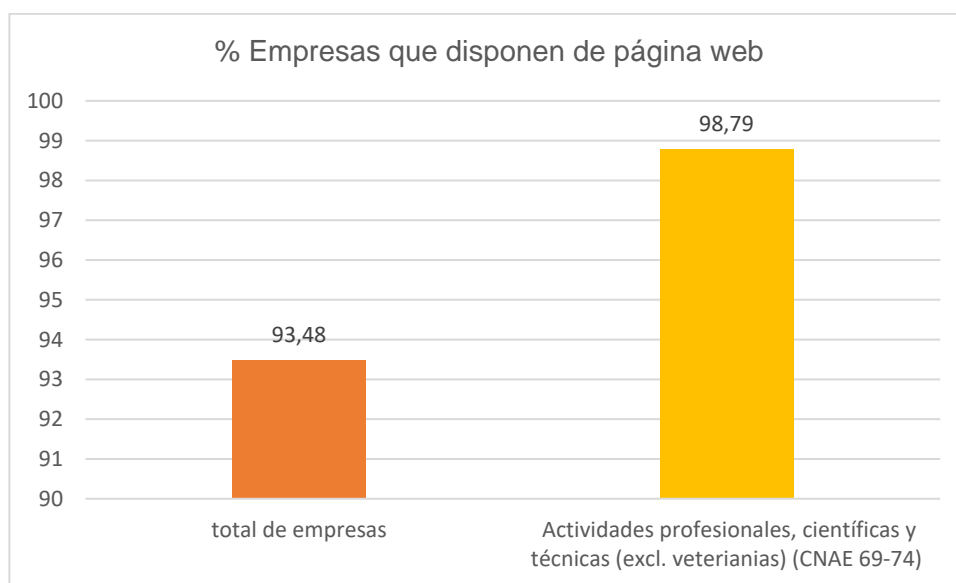
4.5.2. Presencia y uso de internet

En el siguiente apartado vamos a analizar las siguientes herramientas TIC que se encuentran dentro del bloque “Presencia y uso de internet” la disponibilidad de la empresa de tener **página web corporativa**, el **uso de medios sociales** y los **trámites on-line** de las empresas **con las administraciones públicas**.

4.5.2.1. Página web corporativa

A continuación, vamos a analizar el porcentaje de empresas que disponen de página web corporativa dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas”. Cabe destacar, que la página web corporativa es una herramienta que permite a las empresas tengan presencia y visibilidad en internet.

Gráfico 10



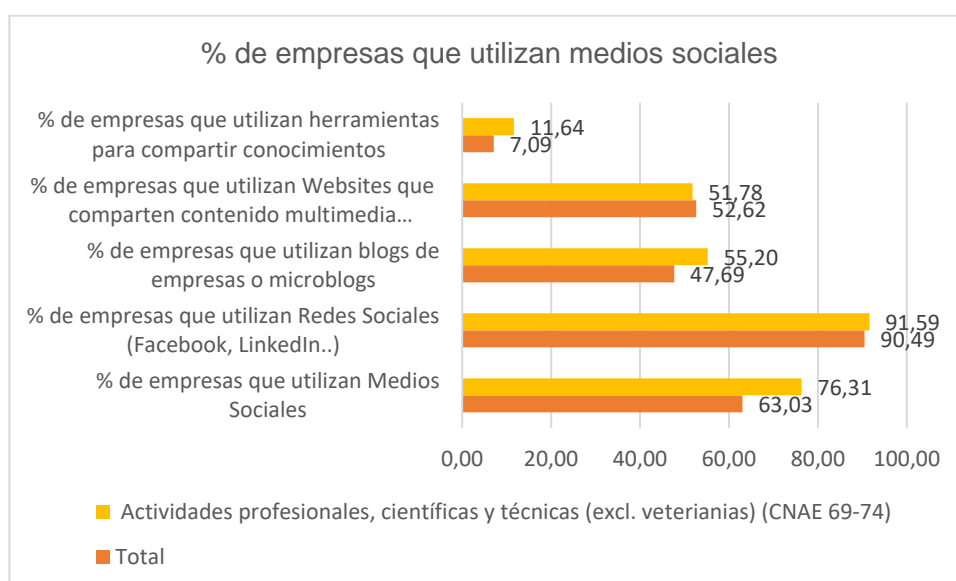
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico anterior, podemos observar que en el primer trimestre del año 2020 dentro del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas el 83,75% de las empresas disponían de página web corporativa, mientras que si lo comparamos con el porcentaje del total de las empresas españolas un 78,10% disponían de página web corporativa. Podemos observar, que actualmente más de un tercio de la totalidad de las empresas que se encuentran dentro del sector tienen página web corporativa.

4.4.2.2. Uso de medios sociales

A continuación, vamos a analizar el porcentaje de empresas que hacen uso de medios sociales dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” y compararlo con el total de empresas españolas.

Gráfico 11



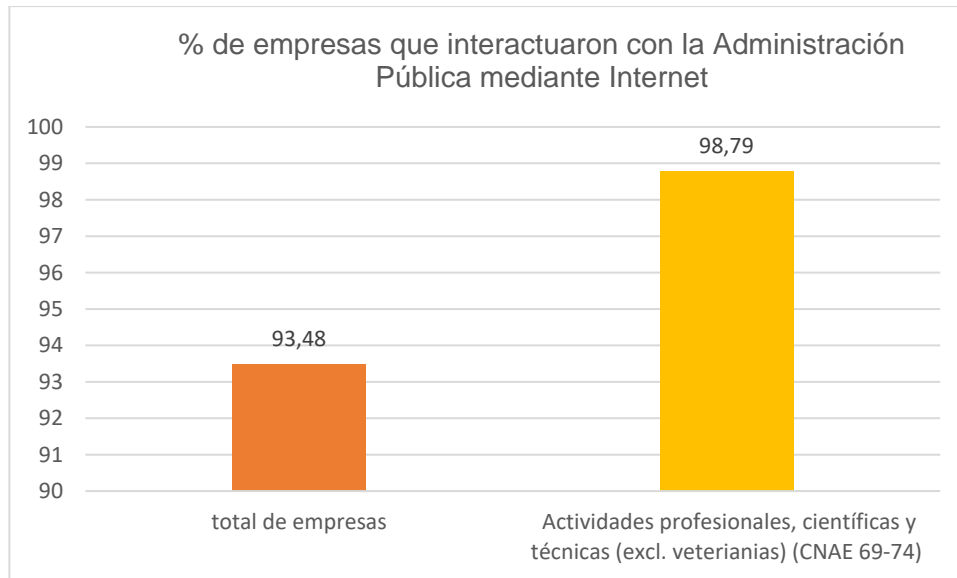
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

En referencia al uso de medios sociales, si observamos el gráfico 11, podemos observar que en el año 2020 un 76,31% de las empresas dentro del sector, hicieron uso de medios sociales en concreto, un 13,28% más respecto al total de empresas. De este 76,31%, un 11,64% hicieron uso de los medios sociales para compartir conocimientos, un 4,55% más respecto al total de empresas españolas. En el caso de las páginas web para compartir contenido multimedia un 51,78% de las empresas hicieron uso de los medios sociales para compartir contenido multimedia, un 0,84% menos respecto al total de empresas. En el caso del uso de los medios sociales con la finalidad de tener presencia en blogs o micro blogs un 55,20% de las empresas dentro del sector hicieron uso de ellos, mientras que del total de empresas españolas solo un 47,69%. En el caso de las Redes sociales su uso en las empresas incrementa considerablemente, ya que, en el caso de las empresas dentro del sector analizado, un 91,59% de las empresas, hicieron uso de redes sociales dentro del sector, un porcentaje muy parecido respecto al total de empresas españolas que hicieron uso de las redes sociales en el año 2020.

4.5.2.3. Trámites on-line con las administraciones públicas

A continuación, vamos a analizar el porcentaje de empresas que interactuaron en el año 2020 con la Administración Pública mediante internet dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” y lo compararemos con el total de empresas españolas.

Gráfico 12

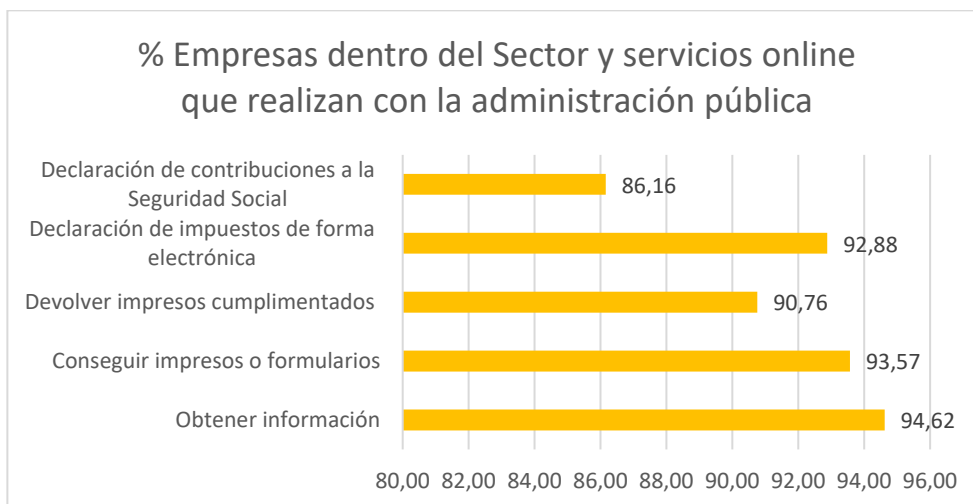


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico anterior, podemos observar que en el primer trimestre del año 2020 dentro del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas el 98,79% de las empresas interactuaron con la Administración Pública mediante Internet, mientras que si lo comparamos con el porcentaje del total de las empresas españolas un 93,48% interactuaron con la Administración Pública. Podemos observar, que, dentro del sector, la mayoría de las empresas independientemente del tamaño interactuaron con la Administración Pública mediante internet, esto se debe, a que la principal función de una asesoría y gestoría es interactuar con la Administración Pública, presentando autoliquidaciones mensuales, trimestrales y anuales, contestando notificaciones y requerimientos, etc....

A continuación, vamos a analizar cuáles fueron los motivos que han llevado a cabo que las empresas dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” interactuaron con las Administraciones públicas mediante internet.

Gráfico 13

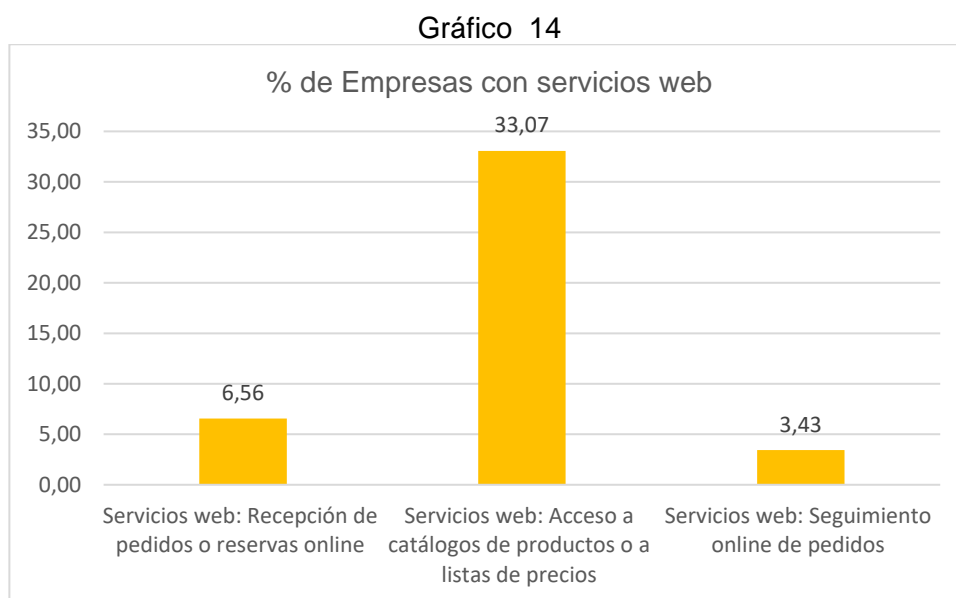


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico anterior, podemos observar que los principales motivos que ocasionaron que el 98,78% de las empresas dentro del sector interactuaran con la administración pública mediante internet fueran los siguientes; Declarar contribuciones a la seguridad social, declarar impuestos de forma electrónica, devolver impresos cumplimentados, conseguir impresos o formularios y obtener información. En referencia a declarar contribuciones a la seguridad social un 86,16% de las empresas del sector que interactuaron con la administración pública mediante internet llevaron a cabo dicho trámite, en el caso de la declaración de impuestos de forma electrónica un 92,88% de las empresas del sector que interactuaron con la administración pública mediante internet llevaron a cabo dicho trámite, en el caso de devolver impresos cumplimentados un 90,76% de las empresas del sector que interactuaron con la administración pública mediante internet llevaron a cabo dicho trámite, en el caso de conseguir impresos o formularios un 93,57% de las empresas del sector que interactuaron con la administración pública mediante internet llevaron a cabo dicho trámite y en el caso de obtener información un 94,62% de las empresas del sector que interactuaron con la administración pública mediante internet llevaron a cabo dicho trámite.

4.5.3. Comercio electrónico

En referencia al comercio electrónico, dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” es muy difícil que estas dispongan de esta herramienta TIC debido al tipo de servicios tan personalizado que ofrecen este tipo de empresas.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos el gráfico anterior, podemos observar como en el año 2020 las empresas que se encuentran dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” solo un 6,56% de las empresas tenían habilitado en su página web la posibilidad de hacer recepción de pedidos online o de reservar online. En el caso de la posibilidad de realizar un seguimiento de pedidos online, solo un 3,43% de las empresas disponían de este servicio y en el caso de acceder a catálogo de productos o a listas de precio, podemos observar como el porcentaje aumenta a 33,07%..

4.5.4. El uso de tecnologías clave

En el siguiente apartado vamos a analizar el uso de **Cloud Computing** y el uso del **Big Data** dentro del sector de las asesorías y de las gestorías.

4.5.4.1. Cloud Computing

Como hemos mencionado anteriormente, el Cloud Computing es una tecnología que permite a la empresa o a los usuarios tener acceso remoto a softwares, almacenamiento de archivos y procesamiento de datos mediante el uso de Internet, en el presente apartado, vamos a analizar el porcentaje de empresas que disponen de Cloud Computing dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas”.

Tabla 3

% de empresas dentro del sector que aplican servicios de Cloud Computing

Servicios en la nube (Cloud Computing)	% Total
% de empresas que compran algún servicio de cloud computing	49,49
% de empresas que compran servicios de E-mail	86,37
% de empresas que compran servicios de Software Office	66,89
% de empresas que compran servicios de servidor de bases de datos de la empresa	70,30
% de empresas que compran almacenamiento de ficheros	79,88
% de empresas que compran aplicaciones de software financiero o contable	47,76
% de empresas que compran aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	38,97
% de empresas que compran capacidad de computacion para ejecutar el propio software de la empresa	37,43
% de empresas que compran algún servicio de Cloud Computing entregado desde servidores compartidos	64,81
% de empresas que compran algún servicio de Cloud Computing desde servidores reservados exclusivamente para su empresa	54,82

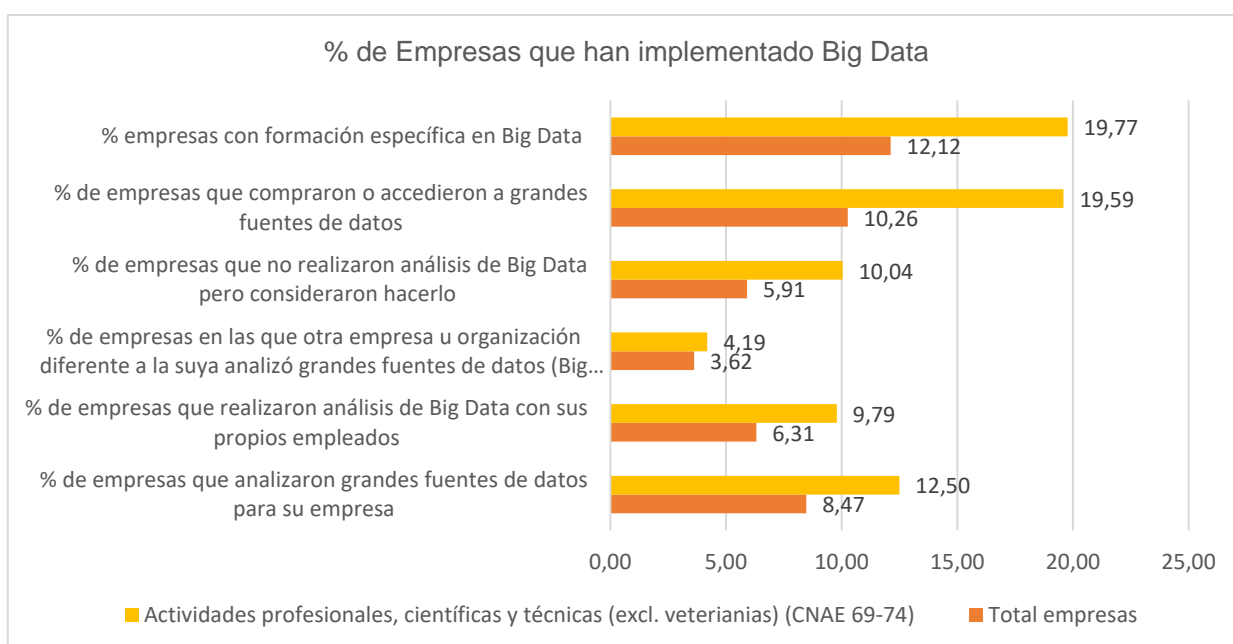
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

Si observamos la tabla anterior, podemos observar que durante el primer trimestre del 2020 un 49,49% de las empresas españolas dentro del sector compraron un servicio Cloud Computing a través de internet de este 49,49% el 86,37% ,compraron servicios de E-mail, un 66,89% compraron servicios de Software Office, un 70,30% compraron servicios de servidor de bases de datos de la empresa, un 79,88% compraron almacenamiento de ficheros, un 47,76% compraron aplicaciones de software financiero o contable, un 38,97% compraron aplicaciones de Software para tratar información sobre clientes, un 37,43% compraron capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa, el 64,81% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado de servidores compartidos y un 54,82% compraron algún servicio de Cloud Computing entregado desde servidores reservados exclusivamente para su empresa.

4.5.4.2. Big Data

En siguiente apartado, vamos a analizar el porcentaje de empresas que hacen uso de Big Data dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas”. Como hemos mencionado anteriormente, el Big data es el conjunto de tecnologías que sirven para recopilar, analizar y gestionar los datos que generan los usuarios en internet.

Gráfico 15



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística, 2020

En referencia al uso del Big Data en las empresas dentro del sector, podemos extraer del gráfico anterior, que las empresas que se encuentran dentro del sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas en el primer trimestre del año 2020 el 12,50% de las empresas del sector analizaron grandes fuentes de datos para su empresa mientras que del total de las empresas españolas solo un 8,47%, es decir, 4,03 puntos porcentuales menos. En referencia al análisis de Big Data que realizaron las empresas con sus propios empleados, un 9,79% de las empresas dentro del sector lo realizaron, mientras que, del total de las empresas españolas un 6,31% de las empresas, es decir, 3,68% puntos porcentuales menos. Podemos observar del gráfico anterior, que de las empresas que se encuentran dentro del sector un 19,59% de las empresas accedieron o compraron grandes fuentes de datos mientras que, si comparamos con el total de empresas españolas solo un 10,26%. También, podemos observar como un 19,77% de las empresas dentro del sector recibió formación específica en Big Data mientras que, del total de empresas, solo recibió formación específica en Big Data un 12,12%. De las empresas que no realizaron análisis de Big Data un 10,04% de las empresas dentro del sector consideraron hacerlo, mientras que, si comparamos con el total de empresas, solo un 5,91% consideró hacerlo.

4.6. Plan de Estrategia TIC para Asesorías y Gestorías

Una vez analizadas cuales son las herramientas TIC que implementan las empresas españolas, entender cuáles son las razones que hacen que una empresa invierta en TIC y también haber podido analizar cuáles son las tendencias del uso de TIC en las empresas españolas y en las empresas que se encuentran dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas”, vamos a continuación, a exponer un plan estratégico con el objetivo de que las empresas dentro del sector, puedan realizar una buena planificación de los recursos TIC y conozcan que herramientas se encuentran disponibles y de esta manera las puedan implementar.

Hay que señalar, que las asesorías y las gestorías se encargan principalmente de realizar las siguientes funciones;

- Realizan **gestiones fiscales** como, por ejemplo, realizar autoliquidaciones, se encargan de la contabilidad de las empresas, contestan requerimientos y notificaciones de la administración pública, etc.
- Realizan **gestiones laborales** como, por ejemplo, altas y bajas de trabajadores, realizan y/o gestionan nóminas, solicitan ayudas etc....

- Realizan todos los trámites para crear una nueva empresa
- Tramitan todo tipo de certificados para poder realizar trámites por internet

Por ello, se va a realizar un plan estratégico que pueda hacer frente a todas las funciones que realizan este tipo de empresas y para poder realizar un plan estratégico ordenado, se van a clasificar las herramientas en los cuatro bloques de información descritos anteriormente, que son los siguientes; **Infraestructuras básicas y de conectividad, presencia y uso de internet, comercio electrónico, uso de tecnologías clave.**

4.6.1. Infraestructuras básicas y de conectividad.

Como hemos podido comprobar en los epígrafes anteriores, es imprescindible que las empresas dispongan de **ordenadores** y **teléfonos móviles** debido a que son herramientas básicas que, permitirán a la empresa implementar y utilizar las herramientas TIC que se expondrán a continuación. Además, también hemos podido observar que actualmente, la mayoría de las empresas disponen de las infraestructuras básicas, lo que supone, una herramienta imprescindible y necesaria para poder llevar a cabo la actividad, poder adaptarse a la demanda del mercado y hacer frente a la competencia.

El **ordenador** es una herramienta imprescindible para poder implementar las tecnologías clave que se describirán a continuación, hacer uso de internet, además de ser una herramienta que permite trabajar de una manera más rápida y eficiente.

El **teléfono móvil** o **teléfono** es una herramienta imprescindible si se quiere mantener un contacto directo y fluido con el cliente, además de que permite a la empresa que pueda mantener contacto con cualquier proveedor, cliente, con las diferentes administraciones públicas y/o hablar con futuros y potenciales clientes.

(Instituto Nacional de Estadística) (Instituto Nacional de Estadística)

4.6.2. Presencia y uso de internet.

4.6.2.1. Página web corporativa

La página web corporativa es una herramienta que permite a la empresa dar a conocer su ubicación, que servicios ofrece y quién está detrás de la página web. Además, permite aumentar el prestigio aportando una imagen de seriedad y profesionalidad. El hecho de aparecer en Internet puede suponer para la empresa una manera de crear publicidad ampliando el alcance y de esta manera llegando a más clientes.

Una herramienta para crear una página web es **WordPress**, WordPress es un sistema de gestión de contenidos, un software que permite al usuario crear y gestionar contenido web y permite a las empresas crear su página web, blog o tienda online

WordPress es un software libre, gratuito y su código es creado y mantenido por una comunidad de desarrolladores voluntarios que lo actualizan constantemente de manera gratuita, por lo tanto, para usar WordPress no se necesita saber de programación, debido a que este programa ofrece plantillas de página web que el usuario puede modificar y editar a su gusto.

Según (Gonçalves, 2018) es importante, que la página web disponga de los siguientes apartados que se procederán a describir a continuación:

- **Home:** El término “Home” conocido como casa en inglés, es la primera página a la que llegan los lectores, es aquí, donde debe aparecer la información más relevante de la empresa.
- **Página sobre nosotros:** La página sobre nosotros, a de explicar a los visitantes quién es la empresa, cuál es su historia, quienes son los colaboradores y la experiencia que tienen. Es muy importante para los clientes saber quien es la empresa y quien forma parte de ella. Es importante también dar a conocer a los clientes y al público cual es la visión, misión, la filosofía y los principios de la empresa.
- **Información de productos y/o servicios.** Es muy importante que la empresa de a conocer cuales son los servicios y los productos que ofrece al cliente, para que, de esta manera, el cliente y/o el usuario tenga toda la información disponible y pueda ver si se adapta la empresa a lo que el cliente necesita.
- **Información de contacto.** Es muy importante que esté a disposición de los clientes y/o de los usuarios un teléfono de contacto, un correo electrónico o un formulario de contacto, para que, de esta manera, en caso de querer contactar con la empresa sea posible, ya sea para resolver una duda y/o contratar un servicio.
- **Información de Geolocalización.** Es muy importante que el cliente y/o los usuarios sepan dónde está la empresa ubicada en el caso de que esta sea física. Por ello, aparecer en *Google Maps* elevará la confianza de los usuarios y permitirá al cliente o potencial cliente saber donde está ubicada la empresa.
- **Blog.** El blog es una herramienta perfecta para crear y agrupar contenido. Temas relevantes para el público como, por ejemplo, consejos o temas referentes al sector de la empresa, van a suponer una excelente herramienta para mantener

la página web actualizada y ser una empresa referente del sector. Es una manera de crear publicidad, y a la vez, fidelizar a los clientes.

- **Botones de redes sociales.** Otro aspecto importante que ha de tener una página web, son los botones de redes sociales. Las redes sociales, son un canal idóneo para llamar la atención del cliente. Incluir botones redirige al cliente a la red social y ayuda a unificar la presencia digital y, en consecuencia, a aumentar la confianza de los usuarios.

4.6.2.2. Uso de medios sociales

Como hemos mencionado en epígrafes anteriores, el 87% de los usuarios de internet (internautas) de 16 a 65 años utilizan redes sociales, siendo las redes sociales que más se utilizan WhatsApp donde lo usan un 85% de los internautas, seguida de Facebook con un 81%, YouTube con un 70% y en cuarto lugar Instagram con un 59%. Al ser estas las redes más utilizadas por los internautas, en el presente plan estratégico, vamos a recomendar que la empresa disponga de **WhatsApp, Facebook, YouTube** y de **Instagram**. A continuación, vamos a definir las.

- **WhatsApp.** WhatsApp, es una aplicación de mensajería instantánea que permite al cliente enviar y recibir mensajes, así como también, imágenes, vídeos, audios, grabaciones de audio, documentos, ubicaciones, contactos también llamadas y videollamadas.
- **Facebook.** Facebook es una red social que permite compartir información, noticias y contenidos audiovisuales. Para la empresa, su principal funcionamiento está orientado en poner en contacto a los clientes con la empresa y además, también se puede utilizar con fines promocionales.
- **YouTube.** YouTube, es una plataforma que permite subir y compartir vídeos. Los vídeos son más cómodos y rápidos para el cliente respecto a lo que le supone leer un texto, los contenidos en vídeo harán que la empresa destaque y se diferencie de la competencia y además, los mensajes que se transmiten en video son mucho más claros y directos para el cliente.
- **Instagram.** Instagram, es una red social que permite a la empresa compartir fotografías y vídeos con sus seguidores. Ayuda a la empresa a incrementar la visibilidad y además, también sirve para hacer publicidad de una manera económica. Instagram permite a las empresas crear un perfil de empresa permitiendo que la empresa acceda a estadísticas de las publicaciones

(impresiones y “likes”) y de los seguidores (ubicación, sexo, edad). (Online, 2018)

4.6.3. Comercio electrónico

Como hemos podido observar en el análisis dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” es muy difícil que estas dispongan de esta herramienta TIC debido al tipo de servicios tan personalizado que ofrecen este tipo de empresas.

Pero para poder diferenciar a la empresa de la competencia, en el siguiente plan estratégico, se propone que la empresa ofrezca en su página web, la posibilidad de que el cliente pueda obtener servicios puntuales, como, por ejemplo, la solicitud para poder acceder a determinadas subvenciones, la realización de la declaración de la renta anual, la presentación de autoliquidaciones y asesoramiento jurídico. Por ello, es imprescindible que la empresa disponga de página web y en el apartado, servicios, incluya la posibilidad de realizar compras.

También, otra propuesta sería la de ofrecer servicios de gestoría online a particulares y a empresas debido a la digitalización de la Administración Pública, que ahora, permite que los trámites se hagan de manera telemática mediante el certificado digital.

4.6.4. Uso de tecnologías clave

A continuación, se va a detallar las diferentes herramientas TIC que puede implementar una empresa que se dedica a la Asesoría y a la gestoría

Como hemos mencionado con anterioridad, las principales funciones de una gestoría y asesoría son las siguientes;

- Funciones de **contabilidad**: Contabilizar facturas manualmente y contabilizar bancos, confeccionar facturas, confeccionar la contabilidad y los asientos contables y presentación de los libros contables.
- Funciones de **fiscalidad**: Presentar las autoliquidaciones mensuales, trimestrales y anuales, como, por ejemplo, las autoliquidaciones relacionadas con las retenciones y las autoliquidaciones relacionadas del Impuesto del Valor Añadido y también, otras funciones relacionadas con la fiscalidad son las de presentar el impuesto de sociedades, las cuentas anuales y la declaración de la renta de las personas físicas.

- Funciones de **gestión laboral**: Realizar nóminas y gestionarlas, realizar altas y bajas de los trabajadores etc...

Una vez descritas cuales son sus principales funciones, vamos a proponer en el presente plan estratégico las diferentes tecnologías y servicios de Cloud Computing que se podrían utilizar.

4.6.4.1. Sage Despachos

Sage despachos, es un software ERP diseñado para asesorías y gestorías que ofrece cobertura en materia contable, financiera, fiscal y laboral. Se puede realizar tanto la gestión interna de la asesoría como todas las tareas relacionadas con el cliente.

En referencia a la **gestión interna**, permite organizar, gestionar y realizar un seguimiento de las actividades del despacho como, por ejemplo, seguimiento de expedientes de clientes, planificación y organización del despacho, realizar informes de rentabilidad y análisis de tareas o servicios prestados (Sage Despachos, 2016).

En referencia a la **gestión contable, financiera y fiscal**, gestiona todos los procesos contables en función de las obligaciones legales y forma jurídica de las diferentes empresas y personas físicas, como, por ejemplo,

- Genera balances de seguimiento de las empresas
- Incluye herramientas de introducción e importación de asientos contables.
- Tramita las obligaciones fiscales, es decir, una vez contabilizada la contabilidad de la empresa, permite presentar las autoliquidaciones de manera automática.
- Permite realizar la contabilización de facturas.

En referencia a la **gestión laboral**, permite realizar la gestión de todos los procesos que componen el ciclo laboral como, por ejemplo (Sage Despachos, 2016);

- Sage pone a disposición herramientas que permiten realizar una gestión completa de la nómina.

- Comunicación automática con el Sistema Red¹², Delta¹³, CAT365¹⁴ y contrat@¹⁵ de INEM
- Permite la Gestión e importación de Convenios Colectivos.

Como podemos observar, es un Software muy completo, que permite dar soporte a la mayoría de las funcionalidades que llevan a cabo las gestorías y asesorías.

4.6.4.2. A3SOC

A3SOC es un software que facilita el cálculo y gestiona el impuesto de sociedades y las cuentas anuales de las empresas. Dispone de múltiples automatismos para calcular el Impuesto de Sociedades y presentar las Cuentas Anuales, también, permite la importación o exportación en formato Excel de los diferentes balances de la empresa y, además, permite la realización de informes y listados fiscales, financieros, económicos y mercantiles para ofrecer al cliente.

Dispone de varias plantillas de memoria que recogen los datos de manera automática del A3SOC y de esta manera, permite una rápida y sencilla manera de confeccionar Cuentas Anuales. Permite presentar el impuesto de sociedades de manera telemática, así como las cuentas anuales en soporte telemático, incluyendo el Estado de Flujos de Efectivo, el Estado de cambios del Patrimonio Neto, la memoria, y las certificaciones, es decir, A3SOC permite realizar todos los informes necesarios y que se requieren para realizar una correcta presentación de las Cuentas Anuales de la empresa. (A3 Software, s.f.)

4.6.4.3. Intermega

Al disponer de Sage despachos, para el departamento contable y laboral, en el presente plan estratégico se pretende diversificar los diferentes impuestos y realizarlos con

¹²El Sistema RED – Es el medio en el cual las empresas y la Tesorería General de la **Seguridad Social** interactúan para el intercambio de información y documentos a través de internet. Disponible en: <https://www.sdelsol.com/blog/laboral/sistema-red/>

¹³El Sistema Delta– Se trata del Sistema de Declaración Electrónica de Accidentes del Trabajo. El Sistema Delta sirve para comunicar los accidentes que suceden en el trabajo y, sobre todo, para su procesamiento documental. Disponible en: <https://www.grupoioe.es/sistema-delta-que-es-y-como-se-utiliza/>

¹⁴ Sistema CAT365 –Es un portal de comunicación y notificación de trabajadores accidentados con la Generalitat de Catalunya. Disponible en: <https://www.mutua-intercomarcal.com/portal/noticia/564/CoNTA--nuevo-portal-que-sustituye-a-Cat365-en-Catalunya>

¹⁵ Sistema CONTRAT@ – Es un servicio web que permite a los empresarios que actúan en nombre propio y a las empresas y profesionales colegiados que actúen en representación de terceros, comunicar el contenido de la contratación laboral a los Servicios Públicos de Empleo desde su propio despacho o sede profesional. Disponible en: <https://www.sistemanacionalempleo.es/contrata.html>

diferentes programas, por ello, se propone para la realización de la declaración de la renta de los clientes Intermega Renta.

Intermega es una suite de software de gestión que integra soluciones informáticas de las áreas de gestión, laboral y contable-fiscal creando un entorno de trabajo único. Intermega Renta es un sistema informático de gestión del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y del Patrimonio basado en estructura SQL.

Permite conocer la situación de un declarante y todos los hechos imponibles como, por ejemplo, los rendimientos de actividades económicas la información patrimonial y calcular de forma simultánea todas las declaraciones de una unidad familiar y la

Intermega Renta es un software enlazado con la Agencia Tributaria y permite acceder a la información fiscal del contribuyente y traspasar dicha información al programa. Además, permite la presentación telemática de la declaración a la Agencia Tributaria (Intermega, s.f.).

4.6.4.4. Ubyquo

Para las gestorías y asesorías una de las tareas que menos valor aportan y mas costosas, son las de introducir manualmente al software contable (en este caso, Sage despachos) las facturas y las conciliaciones bancarias.

Ubyquo es una plataforma que se encarga de realizar automatizaciones de todo tipo de documentos como, por ejemplo, facturas, conciliaciones bancarias, notas de gastos y asientos contables. Ubyquo se encarga de extraer automáticamente los datos de las facturas o de los tiques (que estén en formato PDF) e importarlos a Sage Despachos.

También, permite mediante el extracto bancario, reconocer los movimientos de tesorería y realizar los asientos contables correspondientes. Una vez realizados los asientos, los permite importar al ERP que dispone la empresa, en este caso, Sage Despachos para que puedan quedar integrados y contabilizados en la contabilidad del cliente.

Ubyquo es una herramienta que permite ahorrar en papel y supone una mayor productividad para la empresa, ya que el hecho de contabilizar extractos bancarios y facturas permite a los empleados ahorrar tiempo y emplearlo en la realización de otras tareas. (Ubyquo, s.f.)

5. Conclusiones

En referencia al sector de las asesorías y gestorías en España podemos concluir que en los últimos 5 años el sector de las asesorías y gestorías ha ido aumentando progresivamente, pero este último año, debido a la crisis del COVID-19 el número de empresas dentro del sector se ha visto reducido. También podemos extraer que en España la mayoría de las empresas dentro del sector disponen de 2 o menos trabajadores y que estas son de reducida dimensión, considerándose microempresas y adoptando mayoritariamente forma jurídica de Sociedad de responsabilidad Limitada o dándose de alta como Personas Físicas. Debido al elevado número de asesorías hace que haya un gran volumen de competidores, lo que hace para las empresas que sea necesario diferenciarse y buscar una ventaja competitiva respecto a las demás empresas, como, por ejemplo, la implementación de las TIC dentro de la empresa debido a que las TIC juegan un papel importante en nuestra sociedad ya que son una herramienta básica para la sociedad actual y además, permiten que la sociedad tenga la posibilidad de acceder a la información y que la información pueda ser transmitida, compartida y procesada de una manera rápida y eficiente, por lo tanto, es importante que las empresas implementen una infraestructura tecnológica para poder adaptarse al nuevo modelo de la sociedad actual.

También, hemos podido extraer del presente trabajo de final de grado, que las tres herramientas TIC consideradas básicas son esenciales para las empresas españolas dentro del sector de las asesorías y gestorías ya que, aunque no supongan una ventaja competitiva frente al resto de empresas, las empresas tienen implementadas estas herramientas básicas con la finalidad de poder llevar a cabo su trabajo correctamente y de esta manera poder ser productivas. Además, el uso de internet es imprescindible para las empresas dentro del sector de las asesorías y gestorías debido a que la Administración Pública pretende en un futuro, realizar todos los tramites de manera online. En referencia a la presencia y al uso de internet, hemos podido observar que más de un tercio de la totalidad de las empresas que se encuentran dentro del sector tienen página web corporativa, pero, sin embargo, las empresas del sector no venden online, pero si, utilizan las páginas web para promocionar su productor y/o servicios. Además, el uso de Redes Sociales es un factor importante que hay que considerar implementar en las empresas, ya que actualmente, las redes sociales están a la orden del día y el hecho de aparecer en redes sociales supone para las empresas numerosos beneficios.

En base a las tecnologías clave que son el Cloud Computing y el Big data, hemos podido concluir, que de las empresas que se encuentran dentro del sector de las “Actividades profesionales, científicas y técnicas” solo un 49,49% han comprado un servicio de Cloud Computing. De los servicios de Cloud Computing el más utilizado ha sido el E-mail, el uso de almacenamientos de ficheros y los servidores de bases de datos. También hemos podido extraer que el análisis de Big Data no es muy frecuente dentro del sector y tampoco, es muy frecuente su análisis en el total de empresas españolas, por lo tanto, es una herramienta TIC que apenas se ha visto utilizada.

En definitiva, el uso de las TIC en las empresas españolas y sobre todo en el sector de las asesorías y de las gestorías es elevado, debido a que la administración pública la mayoría de los trámites se han de hacer online. Además, para las empresas del sector supone un ahorro de tiempo hacer uso de las TIC lo que se traduce en un aumento de la productividad y de una obtención de mayores beneficios.

6. Bibliografía

- A3 Software. (s.f.). Recuperado el 10 de abril de 2021, de <https://www.softwareseleccion.com/a3soc-p-1529#:~:text=a3soc%20es%20un%20software%20con%20el%20que%2C%20de,una%20aplicaci%C3%B3n%20actualizada%20al%20nuevo%20Plan%20General%20Contable>.
- Aular, A. (22 de Mayo de 2020). Obtenido de Las TIC en el ámbito laboral : <https://www.lifeder.com/ejemplos-tic-ambito-laboral/>
- Author, G. (31 de Agosto de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-consultoria/>
- Bonilla Amado, F. M. (12 de Febrero de 2012). Obtenido de <https://sites.google.com/site/ticsyopal5/assignments>
- Braimís, D. (29 de agosto de 2018). *e-goi*. Obtenido de <https://blog.e-goi.com/es/publicidad-dirigida-que-es-y-como-aplicarla-en-el-e-commerce/>
- DACEBA. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2021, de DACEBA: <https://www.asesoriasempresa.es/blog/diferencia-entre-asesoria-y-gestoria>
- DTIC. (2015). *Plan de Transformación Digital de la Administración General del Estado y sus organismos públicos*. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Madrid: Subdirección General de Información, Documentación y Publicaciones. Obtenido de <https://www.hacienda.gob.es>
- Eroles. (11 de Enero de 2017). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/salud/psiquiatria/20141127/54420791908/tic-nuevas-adicciones-salud.html>
- Fernández, Y. (8 de enero de 2021). Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/big-data-que-sirve>
- Foreman, C. (31 de julio de 2017). *Hootsuite*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/8-tipos-de-redes-sociales/>
- Gonçalves, W. (Marzo de 28 de 2018). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/elementos-de-un-sitio-web/>
- IAB SPAIN. (18 de Junio de 2020). *IAB SPAIN*. Obtenido de <https://iabspain.es/presentacion-estudio-redes-sociales-2020/>
- INE. (2019). *INE*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t09/e02/a2018-2019/&file=04006.px>
- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). Obtenido de Las TIC en las empresas (primer trimestre 2020): <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=6881&capsel=6883>

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Seguridad TIC*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=37757>

Intermega. (s.f.). *Profesional Intermega*. Recuperado el 10 de abril de 2021, de <https://www.intermega.es/index.php?id=80&id2=23&opcion=Renta>

Jesús Reyes, J. E. (6 de Febrero de 2013). *EOI.es*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>

Marsán, L. (17 de diciembre de 2020). Obtenido de El observatorio cetelem: <https://elobservatoriocetelem.es/observatorio-cetelem-ecommerce-2020>

Martínez García, J. (s.f.). TFG el impacto de las TIC en las asesorías . 2017. Orihuela, España: Universidad Miguel Hernández.

Martínez, M. (1 de Marzo de 2018). Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/blog/cnae/>

Méndez, D. (26 de Junio de 2018). *Definición de gestoría*. Obtenido de Economiasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/gestoria>

Molina, 2. (30 de Junio de 2020). *Pymes Magazine*. (F. Molina, Editor) Obtenido de <https://www.pymesmagazine.es/la-evolucion-del-comercio-electronico/>

Montano, J. (24 de Julio de 2020). *Historia de las TICs: desde su Origen Hasta la Actualidad*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/historia-tics/>

Online, E. d. (26 de Junio de 2018). Obtenido de <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>

Oracle. (s.f.). Obtenido de Oracle: <https://www.oracle.com/mx/cx/what-is-crm/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20las%20relaciones%20con%20los%20clientes,sistema%20de%20CRM%20no%20es%20solo%20una%20soluci%C3%B3n.>

Oracle. (s.f.). *Oracle*. Obtenido de <https://www.oracle.com/es/erp/what-is-erp/>

PsicoTools. (s.f.). Recuperado el 27 de Marzo de 2021, de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/social/papel-de-tic-sociedad-actual-como-usarlas-bien>

Pujals Assessoria. (s.f.). Obtenido de Pujals Assessors d'empreses: <https://pujalsassessors.com/diferencia-entre-consultoria-y-asesoria-empresarial/>

Quint Group. (15 de julio de 2020). Recuperado el mayo de 2021, de <https://www.quintgroup.com/es-es/insights/la-inversion-en-cloud-aumentara-pese-a-la-crisis/>

Sage Despachos. (29 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://aelis.es/que-es-sage-despachos/#:~:text=Sage%20Despachos%20es%20un%20software%20de%2>

- ogesti%C3%B3n%20integral,laborales%20as%C3%AD%20como%20la%20ge
sti%C3%B3n%20interna%20del%20despacho.
- Salesforce.com, inc. (2017). Recuperado el 20 de mayo de 2021, de <https://www.salesforce.com/mx/cloud-computing/>
- Sánchez Galán, J. (Julio de 4 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestoria.html>
- Scharrenberg, J. (2 de Mayo de 2011). *Joost Scharrenberg*. Obtenido de <https://www.scharrenberg.net/2011/05/socialmedia-redessociales>
- Secretaría General de Administración Digital (SGAD). (2019). *Informe REINA 2019*. Madrid: Ministerio de Política Territorial y Función Pública. Obtenido de <http://administracionelectronica.gob.es/>
- Secretaria General Técnica, C. d. (2020). La sociedad en red:Transformación digital en España: Informe anual 2019. *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Madrid, España.
- Sotomayor, B. (2017). *La gestión de las TIC y su impacto en la cadena de valor*. Innova G. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/19740>
- Ubyquo. (s.f.). Recuperado el 10 de abril de 2021, de <https://www.ubyquo.com/erp/sage/>
- Universia. (19 de febrero de 2021). Obtenido de <https://www.universia.net/co/actualidad/actualidad.orientacion-academica.big-data-que-es-y-como-lo-usan-las-empresas.html>
- Universidad Internacional de Valencia. (21 de Marzo de 2018). *universidadviu.com*. Obtenido de <https://www.universidadviu.com/int/actualidad/nuestros-expertos/la-evolucion-de-las-tics-desde-el-abaco-al-smartphone>
- Urdiales. (22 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11171568/04/21/El-futuro-del-teletrabajo-pasa-por-conciliar-flexibilidad-y-productividad.html>