



**Càtedra universitària Ajuntament d'Ontinyent - Caixa Ontinyent - ESET
per a la innovació i configuració de territoris intel·ligents**

ESTUDIO DE VISIBILIDAD EN INTERNET Y USO DE TECNOLOGÍAS RELACIONADAS CON ESTE MEDIO EN LAS EMPRESAS DE LA VALL D'ALBAIDA

Cátedra InnovatiOnt

Diciembre 2017



ESTUDIO DE VISIBILIDAD EN INTERNET Y USO DE TECNOLOGÍAS RELACIONADAS CON ESTE MEDIO EN LAS EMPRESAS DE LA VALL D'ALBAIDA

1. INTRODUCCIÓN	3
2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS REALIZADO.....	5
2.1. PÁGINA WEB	5
2.2. TIENDA ONLINE	6
2.3. PRESENCIA EN REDES SOCIALES.....	8
2.3.1. FACEBOOK.....	8
2.3.2. TWITTER.....	9
3. CONCLUSIONES	12

1. INTRODUCCIÓN

La Cátedra universitaria Ajuntament d'Ontinyent - Caixa Ontinyent - ESET para la innovación y configuración de territorios inteligentes (InnovatiOnt) se dedica al estudio, la aplicación y la divulgación de los procesos relacionados con la innovación, en el contexto geográfico de Ontinyent y su entorno. En este marco, la Cátedra InnovatiOnt ha realizado un análisis sobre la visibilidad de las empresas de la Vall d'Albaida en Internet así como el uso de tecnologías relacionadas con este medio utilizadas por las empresas. Por tanto, el principal objetivo de este trabajo es obtener los datos necesarios que permitan medir el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el comercio electrónico en las empresas de esta comarca.

Para la realización del estudio se han revisado qué empresas tienen página web y, en el caso de la que la tengan, los servicios que ofrecen a través de la misma. Concretamente, los servicios destacados y objeto de análisis han sido:

1. Página web
2. Tienda online (comercio electrónico)
3. Perfil de Facebook
4. Perfil de Twitter

Para el análisis, los datos recabados han sido la existencia de una página web en cada empresa y si ofrece una tienda online. Además, para el examen de los perfiles en redes sociales, se ha comprobado su existencia y la cantidad de publicaciones realizadas en el último año. De esta forma, se ha valorado en una escala del 1 al 4 el uso de estos perfiles por parte de los propietarios, con el siguiente significado:

1. Grado 1: No hay publicaciones nuevas en el último año.
2. Grado 2: Hay al menos una publicación durante el último año.
3. Grado 3: Hay al menos una publicación durante el último mes.
4. Grado 4: Hay dos o más publicaciones durante el último mes.

Varios autores indican la importancia de generar contenido al menos cada 15 días para obligar a los buscadores a reindexar la página web constantemente. Este ha sido el motivo por el que se decidió utilizar esta clasificación.

Las empresas analizadas ascienden a 177, pertenecientes a la base de datos de empresas que dispone la Cátedra InnovatiOnt. Las empresas están radicadas en Ontinyent o en municipios cercanos pertenecientes a la Vall d'Albaida. En cuanto a los sectores de actividad, destacan las empresas de textil-confección y de comercio al por mayor de textiles. No obstante, la base de datos está formada por empresas pertenecientes a otros sectores industriales como madera, papel y artes gráficas, caucho y plásticos, al sector de la construcción, a transportes y almacenamiento y a otras actividades comerciales y de servicios.

El presente trabajo ha sido desarrollado por el siguiente equipo de trabajo:

- Vicente Cerverón Lleó (codirector de la Cátedra InnovatiOnt), profesor titular del Dpt. d'Informàtica de la UV. Universitat de València.
- María Jesús Santa María Beneyto (codirectora de la Cátedra InnovatiOnt), profesora titular del Dpto. Economía Aplicada y Política Económica de la UA. Universitat de Alacant.
- Cristian Milá Pallás, estudiante de la Universitat de València. Colaborador-becario en la Cátedra InnovatiOnt.
- Marcos Vence Conles, estudiante de la Universitat de València. Colaborador-becario en la Cátedra InnovatiOnt.

2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS REALIZADO

2.1. PÁGINA WEB

En la actualidad es fundamental para las empresas la comunicación comercial por vía electrónica y que a través de una página web se proporcione a los clientes informaciones sobre los datos de la empresa, sus productos o servicios. En el siguiente gráfico se representa el porcentaje de empresas que disponen de página web en Internet en el estudio realizado en la Vall d'Albaida.

Oferta de página web

Número total de empresas: 177

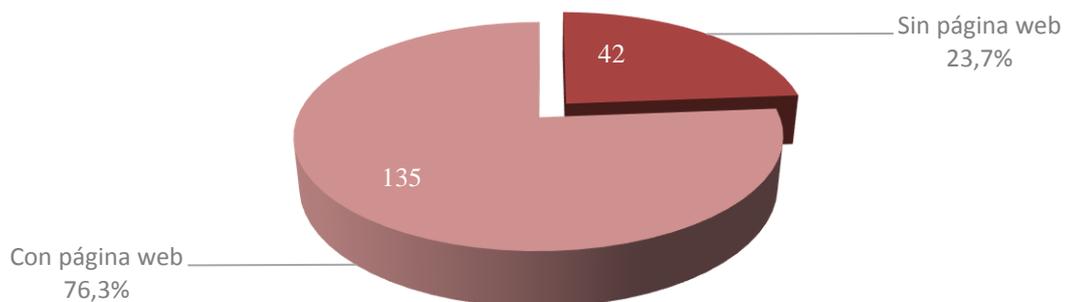


Gráfico 1: Disposición de página web por parte de las empresas

Como se puede observar en el gráfico 1, tres cuartas partes de las empresas analizadas disponen de una página web en Internet a través de la cual pueden ofrecer información y otros servicios al público.

Los datos para España de la Encuesta sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas del INE, muestran que ocho de cada diez empresas de más de 10 trabajadores tienen conexión a Internet y página web. No obstante, cabe señalar que en la encuesta del INE el dato correspondiente a las empresas de menos de 10 empleados es de un 29,81%. Por tanto, los datos que se obtienen sobre si la empresa dispone de página web en el caso del estudio realizado para la Vall d'Albaida son similares a los que se desprenden de la encuesta del INE en empresas de más de 10 trabajadores para el conjunto de España.

2.2. TIENDA ONLINE

El comercio electrónico por parte de las empresas va en aumento cada día, debido a que son un excelente complemento para negocios con establecimientos físicos, potenciando posibles futuros clientes. En los siguientes gráficos se muestra el porcentaje de empresas que ofrecen la posibilidad de comprar sus productos a través de su página web. Para ello, se presentan a continuación dos gráficos, uno de ellos muestra el porcentaje de empresas con tienda online respecto al total de empresas analizadas, mientras que en el segundo gráfico se presentan el porcentaje de empresas con tienda online respecto a aquellas empresas que disponen de página web.

Oferta de tienda online respecto al total de empresas

Número total de empresas: 177

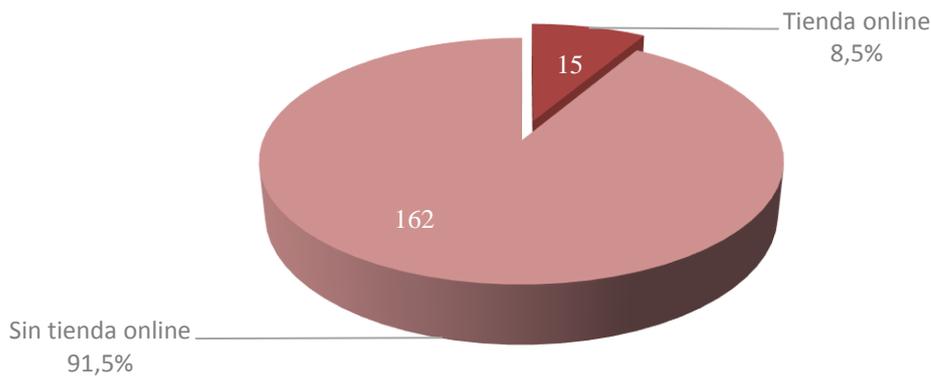


Gráfico 2: Oferta de tienda online respecto al total de empresas

Como se puede observar en el gráfico 2, tan solo el 8,5% de las empresas analizadas en la Vall d'Albaida cuentan con una tienda online.

Oferta de tienda online de empresas con página web Número total de empresas: 135

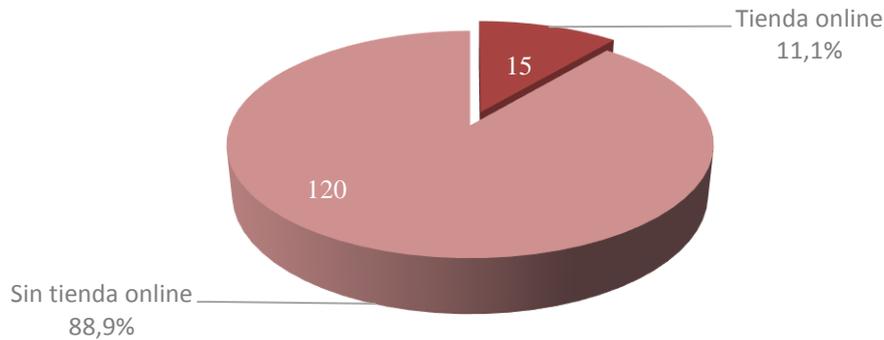


Gráfico 3: Oferta de tienda online respecto a las empresas con página web

En el gráfico 3 se muestra el porcentaje de empresas que disponiendo de una página web, ofrecen en ella una tienda online para la venta de sus productos. Como podemos ver, apenas un 11% de las empresas analizadas en la Vall d'Albaida ofrecen la posibilidad de comprar sus productos a través de Internet.

Por tanto, en la mayoría de las empresas analizadas las páginas web con las que cuentan son páginas corporativas que no generan negocio directo y cuya única función es la de representación de la compañía.

Los datos de la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas del INE muestran que el 20,4% de las empresas con 10 o más empleados realizaron ventas mediante comercio electrónico en el año 2016, mientras que en las empresas de menos de 10 trabajadores este porcentaje solo alcanza el 4,45%. Por tanto, si consideramos las empresas de más de 10 trabajadores, que son la mayoría en el análisis realizado, los datos que se obtienen sobre empresas que realizan ventas por comercio electrónico en las empresas de la Vall d'Albaida se situarían por debajo de los obtenidos para el conjunto de España.

2.3. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

En actualidad se está extendiendo el uso de las redes sociales en las empresas, ya que pueden proporcionar una visibilidad difícilmente alcanzable por otra vía, especialmente en aquellos negocios que realicen comercio electrónico.

2.3.1. FACEBOOK

A continuación, se muestran dos gráficos que representan el uso de la plataforma Facebook respecto al total de empresas y el grado de uso de estos perfiles.

Uso de Facebook

Número total de empresas: 177

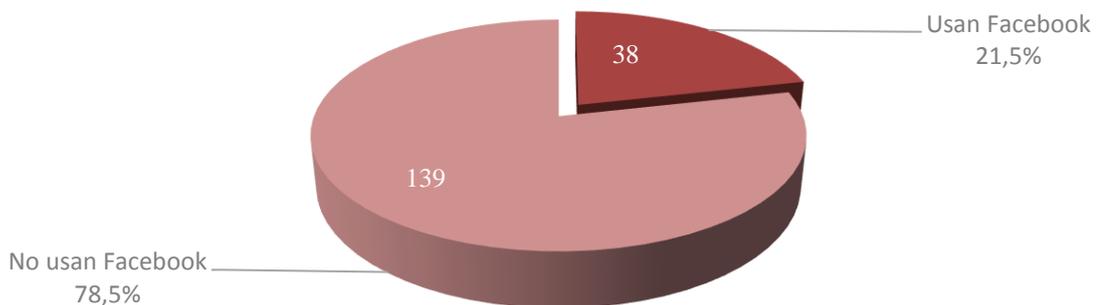
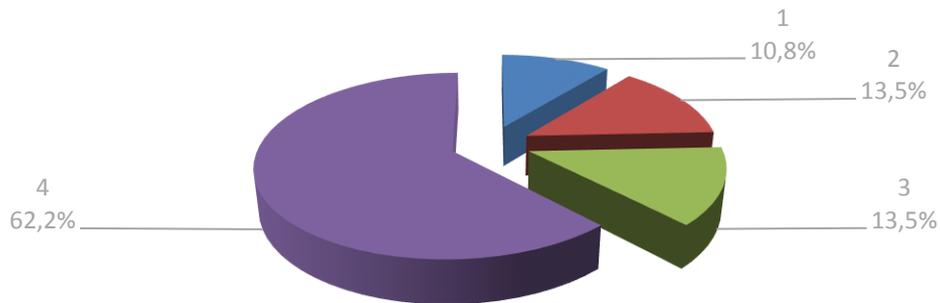


Gráfico 4: Uso de Facebook

En el gráfico 4 se representa el uso de Facebook como vía para la interacción entre la empresa y el público. Como se puede observar, sólo una quinta parte de las empresas analizadas utilizan la red social más popular del mundo.

Grados de actividad en Facebook



- Grado 1: No hay publicaciones nuevas en el último año.
Grado 2: Hay al menos una publicación durante el último año.
Grado 3: Hay al menos una publicación durante el último mes.
Grado 4: Hay dos o más publicaciones durante el último mes.

Gráfico 5: Grados de actividad en Facebook

Por otra parte, en el gráfico 5 se representa el uso que se le da a los perfiles de Facebook. Como se puede observar, a pesar de que no muchas de las empresas analizadas en la Vall d'Albaida emplean esta red social, las que lo hacen en un alto porcentaje mantienen sus perfiles actualizados.

2.3.2. TWITTER

A continuación, se muestran dos gráficos que representan el uso de la plataforma Twitter respecto al total de empresas y el grado de uso de estos perfiles.

Uso de Twitter

Número total de empresas: 177

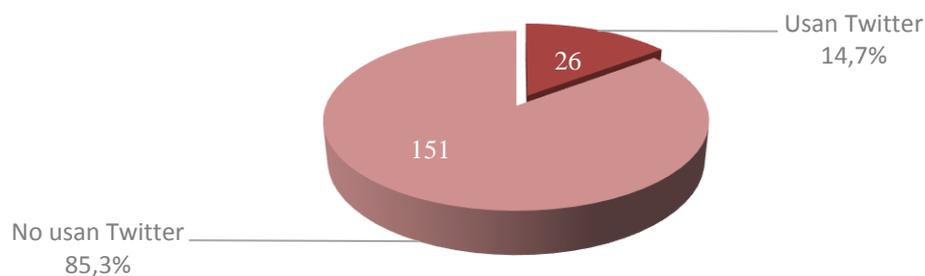
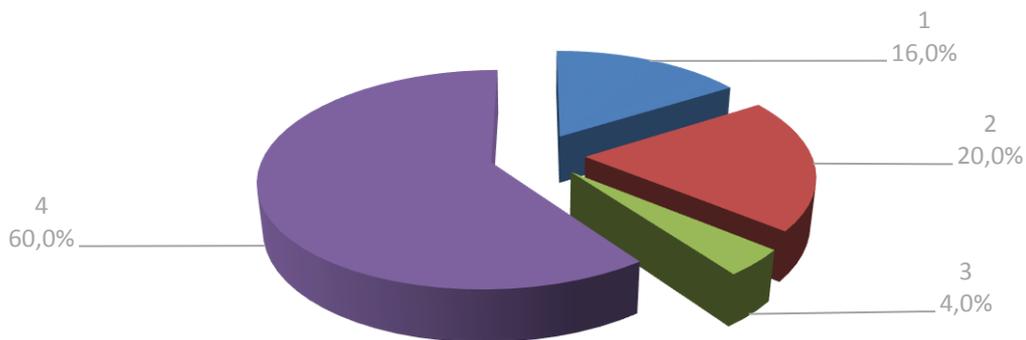


Gráfico 6: Uso de Twitter

En el gráfico 6 se muestra el uso de la plataforma Twitter por parte de las empresas. Como se puede observar, su uso no está extendido entre las empresas analizadas de la Vall d'Albaida. En concreto, tan solo el 14,7% del total de empresas hace uso de Twitter.

Grados de actividad en Twitter



Grado 1: No hay publicaciones nuevas en el último año.

Grado 2: Hay al menos una publicación durante el último año.

Grado 3: Hay al menos una publicación durante el último mes.

Grado 4: Hay dos o más publicaciones durante el último mes

Gráfico7: Grados de actividad en Twitter

En el gráfico 7 se muestra el grado de actividad en los perfiles de Twitter por parte de las empresas. A partir de los resultados obtenidos del análisis se puede observar que las empresas que disponen de un perfil en esta plataforma tienen comportamientos casi opuestos. Aquellas que son activas, lo son en un grado alto. Sin embargo, aquellas que no son activas -más de un tercio de ellas- prácticamente no actualizan su perfil, lo que lleva a un aspecto en ocasiones de abandono y, por tanto, menos atractivo para el público.

Los resultados obtenidos en las empresas analizadas de la Vall d'Albaida se pueden comparar con los que se desprenden de la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas del INE. Esta encuesta señala como en España en el primer trimestre de 2017, el 49,6% de las empresas con conexión a Internet usan alguno de los

medios sociales por motivos de trabajo. De estas empresas, el 94,4% utilizan redes sociales como Facebook, mientras que el porcentaje se reduce al 40,6% en el caso de microblogging como Twitter. Por tanto, se hace un mayor uso por las empresas que utilizan medios sociales de plataformas como Facebook, mientras que la utilización de Twitter es menor. No obstante, la comparación de los datos de la encuesta del INE con los obtenidos en el análisis de las empresas de la Vall d'Albaida, muestra un menor uso de estas dos plataformas en este territorio, destacándose el reducido porcentaje de empresas que las utilizan.

3. CONCLUSIONES

- Tres cuartas partes del total de las empresas analizadas en la Vall d'Albaida disponen de una página web en Internet a través de la cual pueden ofrecer información y otros servicios al público.
- Los datos que se obtienen sobre si la empresa dispone de página web en las empresas de la Vall d'Albaida son similares a los que se desprenden de la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas del INE en empresas de más de 10 trabajadores para el conjunto de España.
- Tan solo el 8,5% de las empresas analizadas en la Vall d'Albaida ofrecen la posibilidad de comprar sus productos a través de una tienda online. Si se consideran las empresas que disponen de página web, el porcentaje de éstas que cuenta con tienda online se sitúa en el 11%. En la mayoría de las empresas analizadas, por tanto, las páginas web son páginas corporativas que no generan negocio directo y cuya única función es la de representación de la compañía.
- El porcentaje de empresas que realizan ventas a través de comercio electrónico en las empresas de la Vall d'Albaida se sitúa por debajo del obtenido para el conjunto de España en la encuesta del INE (20,4% de las empresas con 10 o más empleados en el año 2016).
- Solo una quinta parte de las empresas analizadas utilizan la red social Facebook y tan solo el 14,7% del total de empresas hace uso de Twitter. Por tanto, la presencia en redes sociales es realmente escasa entre las empresas de la Vall d'Albaida.
- Las empresas que disponen de redes sociales, que son una minoría de las empresas que tienen página web, no actualizan los contenidos, y en muchos casos se puede concluir que los contenidos se corresponden con los originados por los desarrolladores de la web el día del lanzamiento del portal.
- Aunque son escasas, existen algunas empresas que actualizan con frecuencia sus contenidos en las RRSS, lo que muestra la existencia de una estrategia de comunicación. Por tanto, el uso de los perfiles de redes sociales por parte de las empresas analizadas se sitúa en los extremos, o se hace un uso intensivo de las RRSS o están totalmente abandonadas desde su creación.

- Se observa un menor uso de las plataformas Facebook y Twitter en las empresas de la Vall d'Albaida respecto a los resultados que se obtienen para el conjunto de España en la encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas del INE.