



# Diagnóstico de la Situación TIC del Sector Automoción de España

## RESUMEN EJECUTIVO

*Noviembre 2008*

Promueven:



plan  
**avanza**»»



CLUSTER DE  
AUTOMOCIÓN  
DE NAVARRA

Organizan:



Colabora:



## 1. INTRODUCCIÓN

Este informe de Fundetec y el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (**CEIN**) ha sido realizado en colaboración con el Gobierno de Navarra, el Cluster de Automoción de Navarra, el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de red.es y la publicación especializada AutoRevista, en el marco del I Taller Nacional de Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas al Sector Automoción.

Su objetivo es reflejar la situación de estas empresas en relación con el uso, disponibilidad y percepción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Para ello se han realizado 283 encuestas a compañías de la industria de automoción, en las que se ha basado la elaboración del informe.

## 2. DATOS Y MAGNITUDES DEL SECTOR

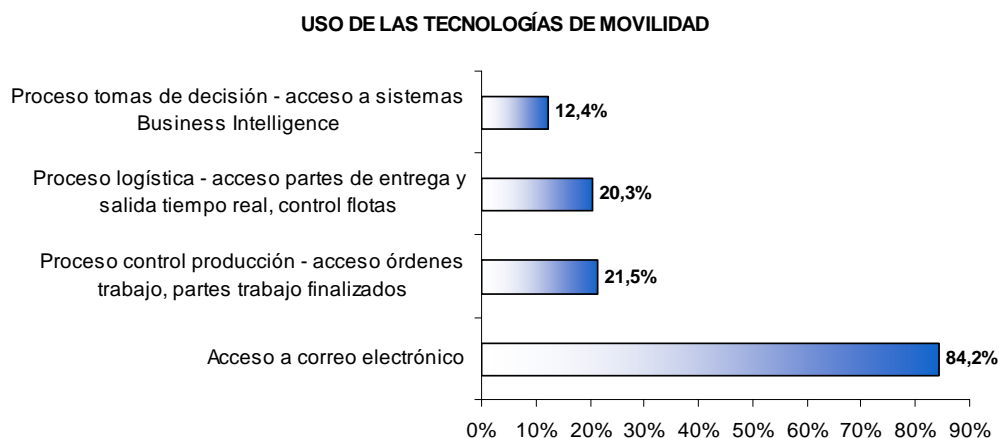
Según la Encuesta de Comercio del INE, el 90,64% de las 66.233 empresas del sector automoción corresponde a microempresas de menos de 9 empleados, y el 9,36% a PYMES y grandes empresas.

El 77% del negocio del sector se relaciona con la venta de vehículos, y desde el punto de vista del volumen de trabajadores, algo más del 45% estarían ubicados en el sector de Talleres de automoción.

## 3. INFRAESTRUCTURA Y CONECTIVIDAD TIC

### *Infraestructura de comunicaciones*

La **telefonía móvil** para uso empresarial se ha destacado como un elemento de comunicación básico para el 88,7% de las empresas encuestadas, y se ha puesto de manifiesto la importancia de las tecnologías de movilidad para el sector. En este sentido, el 62,5% utiliza **tecnologías de movilidad** en algún proceso empresarial, de los cuales el 82,5% utiliza PDA, Smartphones o teléfonos inteligentes tipo BlackBerry, y el 18,1% utiliza terminales de radiofrecuencia. Las tecnologías de movilidad permiten utilizar diversas aplicaciones y funcionalidades que soportan diferentes procesos básicos de comunicación, relación comercial y gestión de las empresas, favoreciendo la interacción interna y externa en cualquier momento y desde cualquier lugar.



*Encuesta Sector Automoción 2008. Fundetec. Total empresas*

De estos datos cabe destacar que más de un 12% haya incorporado aplicaciones relacionadas con estrategias comerciales y de gestión independientes al trabajo habitual de la empresa, permitiendo la consulta de datos que ayuden a la toma de decisiones empresariales.

### Infraestructura informática

Casi nueve de cada diez de las empresas encuestadas disponen de **ordenador** (el 89%). Un 80% utiliza **redes de área local**, que en este sector resultan imprescindibles para la gestión integrada del negocio, para la conexión entre las distintas áreas de gestión y las áreas de producción y/o servicio.

También las conexiones a través de **redes inalámbricas WiFi** tienen una importante implantación (62,9%), al favorecer la interconexión entre sistemas, redes e Internet, así como una red de comunicaciones más ágil que permite reducir costes en la gestión de estas infraestructuras y mejorar sus prestaciones.

### Acceso a Internet

El 74,6% de las empresas del sector automoción dispone de acceso a Internet frente a un 25,4% que carecen de este servicio. De ellas, el 87,7% se conecta a través de tecnologías de banda ancha, y un 24,5% utiliza como medio de conexión la telefonía móvil. Frente a ellas, un 8,5% aún utiliza la red telefónica básica y un 16,6% se conecta mediante RDSI.

### Usos y herramientas de Internet

- El 94,3% de las empresas del sector automoción que disponen de acceso a Internet utiliza el **correo electrónico**, una herramienta que permite acelerar determinados procesos del negocio, como la relación con clientes y proveedores, al proporcionar inmediatez en la comunicación.
- El 76,8% de las empresas del sector con conexión a Internet dispone de **página web propia**, lo que supone el 57,2% del total de empresas encuestadas. Se trata de un porcentaje importante teniendo en cuenta que la media de disponibilidad de página web teniendo en cuenta el total de empresas de más de 10 empleados de todos los sectores asciende al 49%.

Todas aquellas empresas con presencia online **utilizan la web para** ofrecer información de la compañía; el 62,3% ofrecen sus catálogos de productos y listas de precios; un 48,8% comercializa por esta vía sus productos y servicios; y el 31,5% se sirve de ella para aplicaciones y herramientas asociadas al negocio. Finalmente, un aspecto muy significativo es que el 62,3% ofrece los contenidos de su web en más de un idioma.

- En cuanto a los **usos que hacen de Internet** aquellas empresas que disponen de conexión, son:

USOS DE INTERNET	
Búsqueda de información	95,7%
Gestiones bancarias	69,7%
Trámites AA.PP	63,0%
Aplicaciones propias del negocio	59,2%
Relaciones con clientes y proveedores	55,0%
Análisis del mercado	52,6%
Actividades logísticas	47,9%
Búsqueda y selección de personal	43,6%
Facturación electrónica	27,5%
Formación a empleados	25,6%

*Encuesta Sector Automoción 2008. Fundetec. Total empresas con conexión a Internet*

Las gestiones bancarias se han convertido en uno de los elementos impulsores más importante del uso de Internet. La banca electrónica está significativamente implantada en todos los sectores, y en el sector automoción, aparte de la búsqueda de información, supone el principal uso de la Red, junto con los trámites con la Administración Pública, que también actúan en muchos casos como dinamizadores del uso de Internet.

Las aplicaciones propias de la actividad de la empresa, así como aquellas que se utilizan para mantener y facilitar las relaciones con clientes y sus proveedores o analizar el mercado, están también altamente implantadas en el sector.

Finalmente, cabe destacar que el 20,5% utiliza ya la factura electrónica, una herramienta que abre nuevos caminos para la incorporación de otras aplicaciones y el establecimiento de otro tipo de relaciones y comunicaciones entre las empresas emisoras y receptoras de estos documentos vía web, ampliando e incorporando servicios de valor añadido a la propia relación comercial.

#### 4. APLICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN

En mayor o menor medida, las empresas del sector tratan de incorporar sistemas que faciliten la gestión de su negocio. Cobran especial importancia dos aspectos. Por un lado, la gestión con proveedores, para el seguimiento de su relación de compra, financiera y logística. Por otro, la gestión de su actividad comercial, desde el punto de vista de la red comercial propia, con el seguimiento de sus procesos de venta y relación con clientes, y en lo relacionado con los procesos de gestión con esos clientes a la hora de iniciar su actividad comercial, y el mantenimiento y fidelización posterior de dicha relación.

La optimización futura de la gestión de todos los aspectos que interactúan entre las distintas áreas organizativas de la empresa pasará seguramente por la mejora en los sistemas de gestión actuales y por la implantación de sistemas de gestión integrados, como son los ERP o los CRM.

APLICACIONES Y SISTEMAS DE GESTIÓN INFORMÁTICA	
Gestión stocks y almacén - Codificación e identificación de artículos	48,8%
Gestión stocks y almacén - Incidencias, devoluciones, control movimientos	50,4%
Gestión stocks y almacén - Gestión física del almacén	39,7%
Gestión de pedidos - Entrada de pedidos	61,5%
Gestión de pedidos - Plazos entrega y modificaciones	51,6%
Gestión de clientes - Alta y mantenimiento de clientes	64,3%
Gestión de clientes - Riesgos, tarifas y condiciones de pago	51,6%
Gestión distribución - Gestión red comercial	40,9%
Gestión distribución - Planificación y optimización de la red	32,5%
Gestión facturación - Proceso de facturación	62,7%
Gestión facturación - Liquidación de comisiones	33,7%
Gestión facturación - Facturación electrónica	39,3%
Gestión facturación - Firma electrónica	29,8%
Gestión financiera - Contabilidad general	60,3%
Gestión financiera - Contabilidad analítica	43,3%
Gestión proveedores - Mantenimiento proveedores	55,6%
Gestión proveedores - Tarifas y condiciones de pago	50,0%

Gestión de compras - Gestión pedidos	58,3%
Gestión de compras - Integración procesos de compra	43,7%
Gestión de compras - Control de calidad	40,1%
Gestión estratégica - Información estratégica para Dirección	37,7%
Gestión estratégica - Simulación empresarial	16,3%
Gestión administrativa y de RR.HH. - Gestión administrativa	43,7%
Gestión administrativa y de RR.HH. - Gestión capital humano	31,7%
Integración de procesos - Integración mediante EDI	19,8%
Integración de procesos - Integración con Internet	30,6%
Integración de procesos - Sistemas CRM	23,8%
Integración de procesos - Sistemas ERP	27,4%

*Encuesta Sector Automoción 2008. Fundetec. Total empresas que disponen de PC*

## 5. COMERCIO ELECTRÓNICO

Según los datos de la encuesta, el 28% de las empresas del sector automoción compra y el 18,1% vende a través de Internet. Estos datos indican que el comercio electrónico tiene un grado de implantación importante entre las empresas del sector, y se sitúa, sobre todo en cuanto a las compras, muy por encima de la media de implantación del comercio electrónico en España.

Según el INE, las compras por Internet en el sector automoción superaron los 28.877 millones de euros en 2007, y las ventas se situaron en 6.419 millones de euros.

Si comparamos los datos de las empresas de más de 10 empleados del sector automoción con los datos globales a nivel nacional, nos encontramos con la siguiente tabla:

	% de empresas que han realizado compras por Internet	% de empresas cuyas compras por Internet son >= 25% de las compras totales	% de empresas cuyas compras por Internet son >= 50% de las compras totales	% de empresas que han realizado ventas por Internet
Total empresas	21,4	6,3	4,5	10,1
Venta y reparación de vehículos a motor CNAE 50	55	42,2	36,3	10,4

*Encuesta Empresas y TIC. INE 2008. Empresas más 10 empleados*

**El principal elemento que impulsa a las empresas de automoción a comprar en Internet** es la aceleración del proceso de negocio, señalado por el 65,8% de las empresas encuestadas. Además, el 62% persigue una reducción de costes, el 58,2% cree que accede a mejores condiciones de compra, y el 48,1% considera que mejora la calidad y la rapidez en la gestión del suministro.

La importancia del cliente y sus nuevas necesidades y requerimientos supone que las empresas deben establecer nuevos procedimientos de gestión de sus compras o la mejora de los ya existentes. Por ello,

no resulta extraño comprobar que más del 25% de las empresas utiliza las compras online porque ayudan a responder mejor a la demanda de los consumidores finales y mejoran la calidad de sus servicios, elemento que puede resultar diferenciador respecto a la competencia.

**En cuanto a aquellas que venden a través de la Red**, los objetivos que persiguen son, sobre todo, la captación de nuevos clientes, la fidelización de los actuales y los futuros y la aceleración del proceso de negocio, señalado por el 68,6%. Un 66,7% considera, además, que las ventas online mejoran la imagen de la compañía, un 62,7% que facilita el lanzamiento de nuevos productos y servicios, y un 58,8% que genera una reducción en los costes de negocio.

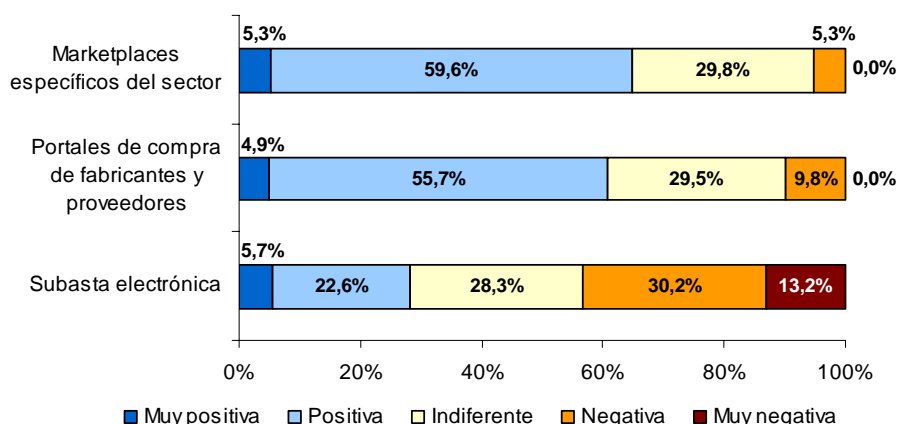
En resumen, el desarrollo de Internet, la posibilidad de ofrecer y utilizar servicios y productos a través de la Red y el propio avance del comercio electrónico se están convirtiendo en un elemento diferenciador entre las empresas del sector automoción, lo que les permite posicionarse mejor ante sus competidores y ante futuros y actuales clientes.

En el lado opuesto, el 75,3% de las empresas que no utilizan el comercio electrónico alega que esto se debe a que sus productos no son adecuados para venderlos en Internet, un 25,8% asegura no necesitar este nuevo canal de ventas, y el 21,5% considera que sus clientes no están preparados aún para comprar en la Red.

## 6. NUEVAS OPCIONES DE NEGOCIO

Existen nuevas opciones de negocio, gestión y vías de obtención de información a través de la Red que resultan de gran interés para el sector automoción. Según la encuesta, el 20,8% de las empresas con conexión a Internet ha trabajado con **portales de compras** de los fabricantes de automóviles o de los proveedores de primer nivel, el 19,4% conoce **marketplaces específicos del sector** en los que se intercambian informaciones sobre diseño, ingeniería, logística y compras, y el 18% ha participado, directamente o por requerimiento del cliente, en algún proceso de **subasta electrónica**.

VALORACIÓN DE LAS NUEVAS OPCIONES DE NEGOCIO, GESTIÓN O VÍA DE INFORMACIÓN EN EL SECTOR



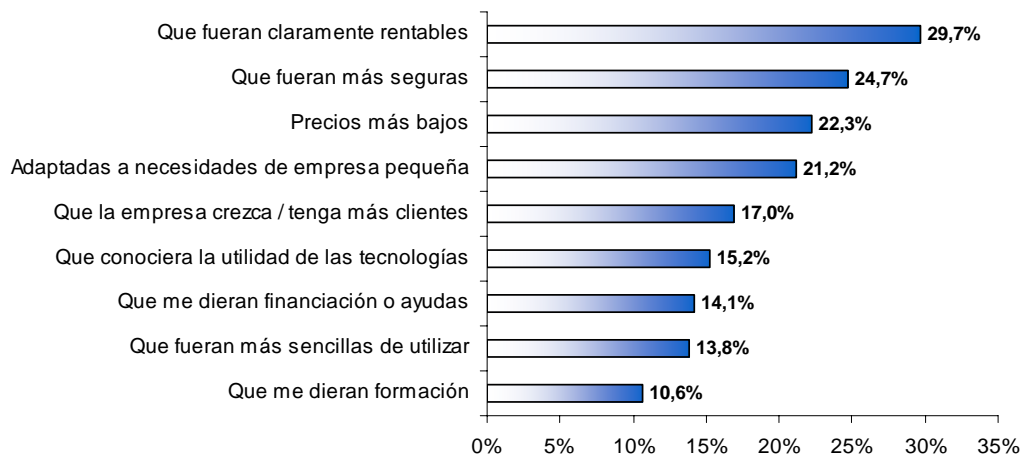
*Encuesta Sector Automoción 2008. Fundetec. Total empresas que han utilizado estas herramientas*

Las valoraciones de los encuestados han sido bastante positivas en lo que respecta a su experiencia en los marketplaces específicos del sector y en los portales de compra de los fabricantes de automóviles o de los proveedores de primer nivel. Sin embargo, las subastas electrónicas han obtenido una valoración mayoritariamente indiferente o negativa.

## 7. EL FUTURO DE LAS TIC EN EL SECTOR

En la encuesta se preguntó qué aspectos tendrían que cambiar para que las empresas del sector automoción adoptaran en mayor medida las Tecnologías de la Información.

**EL FUTURO DE LAS TIC EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN**



*Encuesta Sector Automoción 2008. Fundetec. Total empresas*

En definitiva, las principales palancas que pueden incentivar una mayor adopción de las TIC en el sector son de carácter económico, y están vinculadas con la rentabilidad o el coste de las propias tecnologías.

## 8. CONCLUSIONES

- Las empresas de automoción están en un nivel significativamente avanzado en la implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Las comunicaciones con clientes, proveedores y otros agentes relacionados con la actividad son muy importantes, por lo que muchas de ellas han adoptado ya sistemas de comunicación mucho más ágiles gracias al uso de nuevas aplicaciones informáticas y de Internet.
- La implantación de aplicaciones de gestión como los sistemas de alta y mantenimiento de clientes, aplicaciones para el proceso de facturación, entrada de pedidos o aplicaciones de contabilidad general, están implantadas en la mayoría de las empresas del sector, y en otras áreas también se ha identificado un grado de implantación de soluciones tecnológicas muy importante.
- El futuro de las nuevas aplicaciones parece estar en la integración de los sistemas de información y de gestión de la empresa, facilitando la incorporación de aplicaciones CRM o ERP que favorezcan la optimización de la información necesaria para una gestión adecuada a las nuevas formas de negocio, las nuevas necesidades y el necesario desarrollo de aspectos diferenciadores para mejorar su posicionamiento dentro del sector.
- El negocio electrónico está ya presente en más del 35% de las empresas del sector, pero aún tienen que salvar una importante barrera: que la mayoría de las empresas que no lo utilizan considera que sus productos no son adecuados para venderlos a través de este canal.
- Las nuevas vías de comercialización y gestión del negocio pueden convertirse en canales de desarrollo de la actividad del sector. Aunque mayoritariamente parecen ser aceptadas por quienes las han utilizado, hay que avanzar en aspectos relacionados con la rentabilidad, seguridad y resultados de estas nuevas formas de negocio.
- Por ello, para que las nuevas tecnologías vayan implantándose cada vez más entre las empresas del sector automoción es necesario apostar, por un lado, por el desarrollo y mejora de las aplicaciones y tecnologías que resulten claramente rentables y que sus precios sean más bajos, y por otro, por el desarrollo de nuevos canales de comercialización que ofrezcan resultados positivos, minimizando las dudas por su seguridad y generando nuevos productos y servicios que aporten valor añadido a los clientes o posibles clientes.
- Es, por tanto, una cuestión de voluntad del sector, acompañada de un desarrollo de soluciones acorde con las necesidades, requerimientos y la capacidad financiera de las empresas, lo que marcará el futuro de las TIC en el sector automoción.