



Las tecnologías de la información en España, una oportunidad y un reto

Descripción

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

El consumo de Tecnologías de la Información (TT. II.) ha tenido un crecimiento espectacular desde 1995. En 1999 la tasa de crecimiento del mercado interno ha sido del 17%, lo que demuestra que es el sector más dinámico de la economía española.

Pero a pesar de ello, seguimos siendo uno de los países en la cola de la UE en la utilización de las TT. II. Mientras que en España el consumo de TT. II. representa un 1,93% del PIB, en la UE la cifra media es del 2,71%. Lo que tiene dos lecturas: una es que si nosotros crecemos, nuestros vecinos también crecen y las diferencias se mantienen, lo que representa una desventaja competitiva para la empresa española, ya que la competitividad, hoy, está basada en un alto grado en la utilización interesada de las TT. II. La segunda lectura es que este retraso, respecto a la media de la UE, junto con la voluntad de superarlo, manifestada reiteradamente por el Gobierno, hace prever que estos altos niveles de crecimiento en el consumo de las TT. II. van a mantenerse, si no superarse, en los próximos años.

Si analizamos con más detalle el crecimiento del consumo de TT. II. en 1999 vemos que la aportación más importante la proporcionan el *software* y los servicios informáticos que, con unos crecimientos anuales del 28% y 27%, respectivamente, representan casi un 75% del crecimiento total. El efecto 2000 y la adaptación al Euro han sido oportunidades de renovación y actualización de las infraestructuras existentes, magníficamente aprovechados por las empresas. Asimismo, los proyectos emprendidos por la Administración y que se recogen en la Iniciativa Estratégica Info XXI, muestran también el decidido apoyo que el Gobierno concede a estos temas.

Todos estos factores hacen que las previsiones para nuestro país sean muy positivas, con un crecimiento diferencial del 2% respecto a la UE. Creo que esto es muy positivo, pero que debiéramos entre todos, sector privado y Administración, apretar aún más el acelerador y aprovechar estos años de crecimiento generalizado para acercar nuestras posiciones con la UE de forma más destacada.

Hay que tener en cuenta no sólo los crecimientos cuantitativos antes comentados, sino también los cualitativos. Es decir, aquellos que son inductores de nuevas aplicaciones y, por lo tanto, de mayor crecimiento futuro. Por ejemplo, la utilización de Internet para la declaración de la renta, que ha puesto en servicio la Agencia Tributaria y que se ha hecho acreedora de uno de los nueve premios mundiales que concede la WITSA. Este desarrollo no sólo permite un ahorro de costes a la Administración y un

mayor acercamiento al ciudadano, sino que facilita la introducción de las nuevas tecnologías en los usos cotidianos de la sociedad, acelerando así la introducción de nuevas aplicaciones como el comercio electrónico.

La Administración tiene que aprovechar los incrementos de consumo de TT. II., necesarios para su modernización, en incrementos cualitativos que favorezcan el desarrollo de la sociedad hacia lo que se denomina la Sociedad de la Información.

El sector de las TT. II., por su parte, debe hacer llegar a los usuarios las tecnologías más avanzadas y con la menor demora posible para facilitar el desarrollo de los nuevos usos, especialmente los relativos al mundo de las empresas. En las empresas hay un elevado margen de competitividad que puede conseguirse con la introducción de las TT. II. y, en especial, con la aplicación del *e-business* en la modalidad B2B (*Business to Business*).

En efecto, la permanente modernización de las infraestructuras tecnológicas en las empresas, en especial en las PYME, se va a basar, en los próximos años, en la introducción masiva de aplicaciones fundadas en Internet. Lo que conllevará no sólo mejoras en la eficacia en la gestión, sino también, y especialmente, en el acceso a nuevas formas de comercialización antes insospechadas. La rapidez con que se pueda introducir esta revolución en las PYME condicionará la competitividad global de nuestro tejido productivo y de servicios.

LA SITUACIÓN DE ESPAÑA

El desarrollo de los aplicativos B2C (*Business to Consumer*) tiene características muy diferentes que vale la pena comentar. En primer lugar, para que tengan éxito, es necesario disponer de una infraestructura de equipamientos en los hogares que permita el acceso a los consumidores.

El número de los PC en España es del 23%, de los cuales un 7,9% están conectados con Internet. Una cifra pequeña en relación con la del 15%, que es la media en la UE. Aunque sí vale la pena destacar que más del 50% de las conexiones en España se han realizado en 1999, lo que muestra el gran interés suscitado en este tema a nivel social.

Estudios recientes indican que, a pesar de estar en la cola de la UE en equipamientos en el hogar, la utilización de Internet para la realización de gestiones con la Administración es notablemente elevada: un 1,5% de las gestiones están realizadas por los ciudadanos y un 8,1% por las empresas. Lo que nos sitúa por encima de países como Alemania u Holanda, aunque son tasas siete veces más pequeñas que las de Estados Unidos, demostrando así, una vez más, el gran potencial que tenemos por desarrollar en este campo.

Las medidas realizadas en la liberalización de las telecomunicaciones en nuestro país y los esfuerzos que se están realizando en el despliegue del cable, de la telefonía celular y del acceso por radio al hogar, permiten augurar que vamos a situarnos en una buena posición en relación con la UE en la disposición de ancho de banda y precios competitivos, lo que permitirá el despegue efectivo del mercado de las aplicaciones B2C. Sin embargo, precisamente la mayoría de las estructuras de telecomunicación y de equipamiento en los hogares, que hacen posible el incremento de transacciones comerciales en la red, también hacen posible el que estas transacciones se realicen hacia fuera de España.

Image not found

El bajo desarrollo tecnológico de nuestro país actuaba como barrera de entrada en este mercado. En 1998 el incipiente comercio electrónico se componía de un 30% de compra en España frente a un 70% procedente del exterior, mientras que en países de la UE la proporción es 80% interior y 20% exterior. Por lo tanto, el crecimiento del B2C debe venir acompañado necesariamente de una mejora de la proporción de compra en España. Y esto sólo puede conseguirse mediante una incorporación rápida de esas tecnologías en las empresas españolas y una utilización intensiva en la innovación para atraer a los compradores españoles y, naturalmente también, extranjeros, en un nuevo mercado donde la competencia está en un *click away* de nuestros escaparates, ahora llamados «portales». Todo un reto para las empresas españolas.

Lo que más se compraba en España en 1998 a través del comercio electrónico era el HW (*Hardware*) y SW (*Software*), que justificaba el 50% del total. El año pasado ya eran los libros y la música los que estaban en cabeza, seguidos de cerca por los viajes. Ya se ve que en la oferta existente en nuestro país, en estos temas, no cubre la distribución antes mencionada, pero con un crecimiento cercano al 200% anual estas distribuciones variarán profundamente.

FORMACIÓN VERSUS FUGA DE CEREBROS

Por último, quiero referirme al que hoy representa el mayor freno para el desarrollo del avance hacia la Sociedad de la Información en nuestro país: no es la disponibilidad de tecnología, como lo ha sido hasta hace muy poco, sino la capacidad de manejarla. En estos momentos empiezan ya a notarse los primeros síntomas de carencia de profesionales para soportar el crecimiento actual y previsible de las TT. II. en nuestro país.

El crecimiento de empleo de profesionales en el sector en 1999 ha sido de 8.000 técnicos, lo que representa un 12% de incremento sobre el año anterior. Pero este crecimiento se ha cubierto, por primera vez en muchos años, con mayor volumen de personal no titulado que titulado. Lo cual indica que el desfase entre oferta y demanda se está supliendo con un esfuerzo de formación adicional soportado por las propias empresas del sector.

Este desfase se ha producido también en otros países europeos, como Alemania e incluso Estados Unidos, donde se han tenido que habilitar permisos especiales de inmigración para personal capacitado en estas tecnologías para los próximos años.

A corto plazo, la única solución, en nuestro país, es la formación aplicada para la preparación del personal necesario. Esfuerzo en formación que se ha de añadir al que ya se realiza por las empresas para poder mantener el propio nivel competitivo de sus profesionales, adaptándolos a la rápida evolución de la tecnología.

Asimismo, la globalización de los mercados lleva también a la globalización en el empleo y las carencias de nuestros vecinos más poderosos pueden provocar la fuga de nuestro personal más preparado.

El problema es especialmente preocupante en las PYME, donde los recursos disponibles para la inversión en formación son más escasos y donde el tramo de desarrollo profesional que pueden ofrecer a los profesionales es más limitado. Lo que conduce a que las tensiones ocasionadas por las escasez de personal preparado sean mucho más elevadas en este tipo de empresas.

En definitiva, nos encontramos con un sector vigoroso y con fuertes oportunidades en un futuro próximo, donde todos los productos y servicios relacionados con Internet van a ser los principales vectores del desarrollo y en su incidencia en el crecimiento económico, pero que van a exigir también la superación de importantes retos a toda la sociedad para poder conseguirlo.

Fecha de creación

29/08/2000

Autor

Josep M^a Vilá

Nuevarevista.net